

Ristorando

ristorazione collettiva • commerciale moderna • a catena

www.ristorando.eu

FUORICASA
Avanti tutta

EQUIPMENT
**La refrigerazione
in cucina**

Pubblici esercizi
**CHIUSURE DOMENICALI
NO GRAZIE!**



EDIFIS



**IN UNA NUOVA
FORMA,
UN NUOVO
FUTURO.**

Siamo la tradizione e siamo l'energia per un cambiamento fatto di benessere, responsabilità e condivisione senza fine.

Per garantire, ogni giorno, il piacere e la qualità della nutrizione.

Siamo cibo, cultura, persone. Il futuro inizia da qui.

Scoprici in un nuovo racconto www.cirfood.com

Feed the future


CIRFOOD

SARACINESCHE ABBASSATE: **Cui prodest?**

“ Lo stop alle aperture domenicali degli esercizi commerciali preoccupa e non poco.

Se guardiamo anche solo ai centri commerciali, il conto salato delle chiusure sfiorerebbe 940 milioni all'anno. La cifra si riferisce alle vendite domenicali del segmento F&B negli shopping center, che valgono circa il 15% di un totale annuo pari a 6,3 miliardi di euro. Una stoccata capace di mettere in ginocchio anche chi rappresenta oggi la realtà più dinamica e con maggiore capacità di investimento nel segmento della ristorazione come le insegne che sviluppano in catena.

La chiusura domenicale di negozi e ristoranti porterebbe ripercussioni anche nel settore del retail, con effetti recessivi da Nord a Sud, di cui è difficile prevedere le dinamiche ma che lasciano pensare solo a un'impennata dell'e-commerce.

Sulla questione abbiamo interrogato tutte le principali associazioni di categoria, che in larga parte si sono schierate contro un provvedimento come questo definito anacronistico, antistorico e ideologico.

Insomma: la nuova regolamentazione porterebbe inevitabilmente a un calo dei consumi nel breve periodo, con effetti negativi sullo sviluppo economico, sul gettito fiscale e sul fronte occupazione. Cui prodest?

”



LIVE HAPPILY

PERFEZIONARE CIÒ CHE SIAMO È UNA STORIA SENZA FINE.

Caterina Ceraudo, un'intera vita dedicata a perfezionare la cucina creativa nel rispetto del territorio, per offrire al mondo i suoi migliori piatti.

illy, più di 80 anni dedicati a perfezionare un unico blend di 9 origini di Arabica, per offrire al mondo il suo miglior caffè.

Una condivisione di valori volta al continuo miglioramento per offrire ai propri clienti un'esperienza indimenticabile.

Visita il sito illy.com/professional o chiamaci al numero verde 800.821.021



NOVEMBRE 2018

01 Editoriale - Saracinesche abbassate: cui prodest?

07 News - La notizia è servita

20 Approfondimenti - Domenica è sempre domenica
Levata di scudi generalizzata (con qualche distinguo) delle associazioni di settore contro l'abrogazione della liberalizzazione completa di orari e giorni di apertura delle attività commerciali introdotta nel 2012

31 Gare e appalti - I diritti delle stazioni appaltanti
Spetta agli enti pubblici definire gli standard di qualità dei beni e dei servizi che intendono acquistare per raggiungere i propri obiettivi, comprese le specifiche tecniche delle derrate alimentari

37 Mercati & tendenze - La corsa al delivery
Crescono, da nord a sud d'Italia, numero di ordini effettuati, di ristoranti affiliati, di piatti offerti e di rider impiegati nella consegna di cibi e bevande acquistati attraverso le App

43 Ristorando per Conor - Nuovi traguardi per Conor
Sostenibilità, qualità, coscienza sociale: sono questi i pilastri sui quali si fonda l'impegno di Conor che ottiene un'ulteriore certificazione, lo standard SA8000

47 Ristorando per Rational - Cambio di passo in cucina
Con il VarioCookingCenter, Rational rivoluziona la preparazione dei pasti nei centri cottura: il caso di Suor Teresa di Concordia

49 Analisi - La crescita è servita

Anticiclico durante la Grande crisi e in costante sviluppo, il comparto della ristorazione è un volano su cui contare e puntare. Ieri, come oggi, e soprattutto domani

55 Ristorazione commerciale -
Rossopomodoro guarda al futuro

Sebeto rilancia il brand simbolo della pizza napoletana nel segmento casual dining e lo fa mantenendo salde passione e tradizione per il buon cibo partenopeo

57 Ristorando per Adriatica Oli - Un partner affidabile

Trasparenza, ascolto e responsabilità sociale sono i valori su cui si basa il lavoro di Adriatica Oli, che da oltre 30 anni si occupa del trasporto, del recupero e dello smaltimento dei rifiuti speciali pericolosi e non pericolosi

58 Equipment: refrigerazione - Evoluzione e rivoluzione

Quello della refrigerazione è un segmento maturo sotto molti punti di vista. Definite le regole per l'etichettatura energetica, oggi i frigoriferi professionali guardano a un futuro in cui la parola d'ordine sarà connettività

62 Diritto alimentare -

Antirabbocco: la competenza è dell'ICQRF

Una recente sentenza ha stabilito che la competenza sanzionatoria per la violazione della L.9/2013 sulla qualità e la trasparenza della filiera degli oli di oliva vergini è del MIPAAF e non delle Regioni



Rubriche

66 La borsa delle imprese

73 Il mercante in fiera

75 Ristorando F&B

76 Ristorando club

80 Carta stampata

Ristorando

Anno 23 - numero 11 - novembre 2018

Direttore responsabile: Antonio Savoia

Coordinamento editoriale: Alberto Anderloni

Redazione: redazione.ristorando@edifis.it
Massimo L. Andreis • Alberto Anderloni • Luigi Limonta

Collaboratori: Lorenzo Bonardi • Roberto Bramati • Luisa Cappellina
• Antonio Duva • Maurizio Formigoni • Georges Garcin • Corrado Giannone
• Roberto Giannone • Giovanni Lizzini • Stefano Masin • Antonio Montanari
• Davide Moscuza • Andrea Penazzi • Daniele Pisanello • Alberto Schiraldi

Relazioni esterne: Ambrogio Montonati

Progetto grafico: Claudio Rossi Oldrati

Grafica: Barbara Aprigliano

Servizi fotografici: Jonni Ricci • Massimo Viegi • Massimiliano Masala

Pubblicità: dircom@edifis.it • pubblicita@edifis.it

Traffico pubblicitario: Roberta Motta • roberta.motta@edifis.it

Amministrazione: amministrazione@edifis.it

Stampa: CPZ S.p.A. • Costa di Mezzate (BG)

Prezzo di una copia: €1,20 • Arretrati €4,00

Eventi e Convegni: convegni@edifis.it

Abbonamenti: Italia €60,00 • Europa €100,00 • Resto del mondo €120,00
abbonamenti@edifis.it • www.ristorando.eu



Registrazione Tribunale di Milano N° 156 del 11/03/1996
Iscrizione Registro Operatori della Comunicazione N° 06090

Tutti i diritti di riproduzione degli articoli e/o foto sono riservati. Manoscritti, disegni, fotografie e supporti audio e video anche se non pubblicati non saranno restituiti. Ai sensi del Reg. EU 679/2016 l'Editore garantisce la massima riservatezza nell'utilizzo della propria banca dati con finalità redazionali e/o di invio del presente periodico. Ai sensi dell'art. 15 il ricevente ha facoltà di esercitare i suoi diritti fra cui la cancellazione mediante comunicazione scritta a EDIFIS Spa - Viale Coni Zugna 71 - 20144 Milano (o ai riferimenti sotto trascritti), luogo della custodia della banca dati medesima.

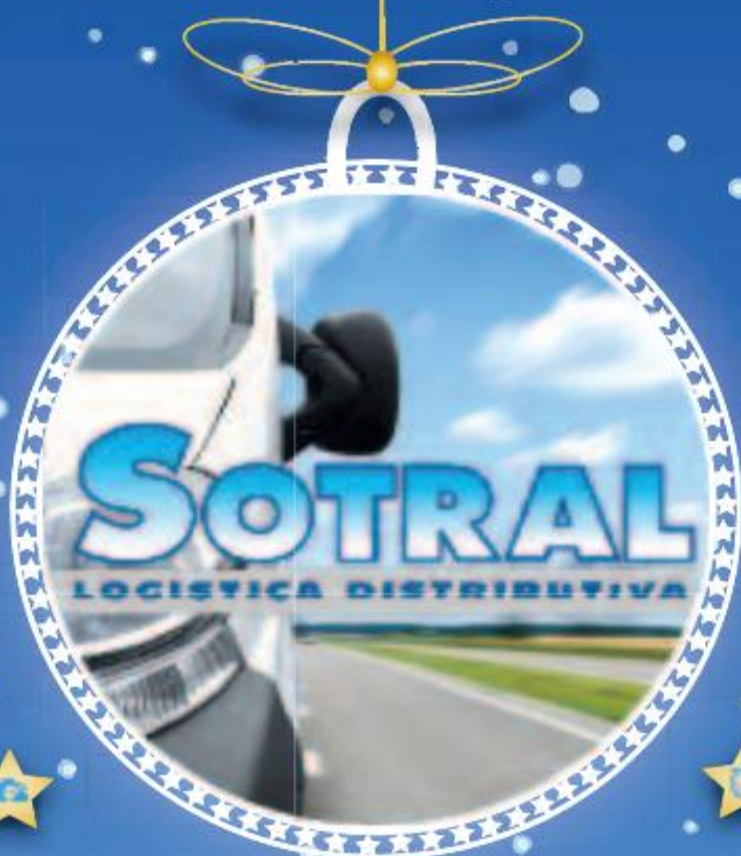
Ristorando
una rivista edita da:



EDIFIS S.p.A.
Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - Italy
Tel. +39 023451230 - Fax +39 023451231
www.edifis.it

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE

Corso Francia 225 - 10139 Torino
Tel. 011/728822 - Fax 011/729090
www.sotral.it



Buone feste



RistoSano®

La soluzione ideale per le diete omogenee

CERTEZZA
NUTRIZIONALE

GUSTO

SICUREZZA



Progetto nutrizionale dedicato a persone con difficoltà di deglutizione, realizzato con appositi omogeneizzatori istantanei, con ingredienti naturali di qualità, senza OGM, olio di palma e glutammato. Consente la pianificazione nutrizionale e un'ampia varietà e personalizzazione dei menù.

TIPOLOGIE di PIATTI: vellutate di verdura - paste - carne - pesce - formaggio - purè - pizze - piatti dalle regioni d'Italia - ricette internazionali - piatti arricchiti con proteine - mousse di frutta - desserts - bevande gelificate - latte e biscotti - tè e biscotti

VANTAGGI: certezza reologica - costanza organolettica - disponibilità 24h/24 - assenza di manipolazione diretta dei prodotti (sicurezza igienico-sanitaria) - consistenze personalizzabili - drastica diminuzione dello spreco alimentare - gestionale online iosanoCLOUD per il monitoraggio di menù, piano nutrizionale, diario alimentare

www.iosano.com



ARREDO PER
CONTRACT
E FOOD & BEVERAGE

ifi.it

#ifi1962



Doppietta di 100Montaditos lungo lo Stivale

Pompei e Ponte Milvio a Roma: doppietta di **100Montaditos** che, a cinque anni dallo sbarco in Italia avvenuto proprio nella location capitolina riaperta dopo un profondo restyling, arriva a quota 55 locali nel secondo mercato per estensione (sono 350 in tutto i pdv in 12 paesi: oltre a Italia e Spagna, Portogallo, Usa, Messico, Colombia, Cile, Paraguay, Guatemala, Costa Rica, Repubblica Dominicana e Panama). Il successo del format, aperto nel 2000 su una spiaggia dell'Andalusia, nel 2004 ha portato alla nascita del **Gruppo Restalia**, che ora è leader spagnolo nella ristorazione organizzata, grazie a 712 ristoranti aperti anche con tre altri brand accanto al primigenio: **Cervecería 100 Montaditos**, **TGB** (The Good Burger) e la **Cervecería La Sureña**. Collocato nel CC La Cartiera, il sesto 100Montaditos campano porta anche nella famosa località sotto il Vesuvio i bocconcini serviti caldi e croccanti in 100 varianti, accanto al nuovo menu Premium e altre novità nell'offerta. Entro il 2019 **Andrea Cutispoto**, country manager Italia dell'azienda iberica, prevede apriranno altri 11 ristoranti lungo lo Stivale, confermando un trend di crescita che ha visto nell'ultimo lustro circa una opening al mese.



Edenred food barometer: cibo sano anche in pausa



Per il 55% dei lavoratori dipendenti italiani mangiare sano al lavoro è un asset sempre più importante. Il dato emerge dal consueto food barometer realizzato da **Edenred**, colosso mondiale nelle soluzioni transazionali destinate a imprese, dipendenti e merchant con un volume d'affari di oltre 26 miliardi di euro nel 2017, di cui il 78% attraverso formati digitali. Il sondaggio è stato condotto fra oltre 25.000 lavoratori dipendenti e più di 1.400 proprietari di ristoranti in 8 Paesi europei: Austria, Belgio, Repubblica Ceca, Francia, Italia, Portogallo, Slovacchia e Spagna. Ne emerge che: il 75% dei lavoratori dipendenti fa la pausa pranzo tutti i giorni (+5% rispetto al 2014); il 43% delle persone (+15% sul 2003) fa attenzione a ciò che mangia, scegliendo una dieta sana; il 72% (+43% sul 2016) ritiene che un'azienda dovrebbe aiutare i propri dipendenti a mangiare sano e migliorare il benessere sul posto di lavoro; il 33% vorrebbe avere accesso a una rete di ristoranti con menu equilibrati. In Italia la maggioranza degli intervistati pranza lontano dal luogo di lavoro e dichiara che i criteri per scegliere dove mangiare sono, in ordine di importanza: la vicinanza con la propria sede lavorativa (56,2%), l'offerta di cibo sano (55%) e la velocità del servizio (52,1%). Siamo dunque secondi solo agli spagnoli e distanziamo di molto gli altri Paesi per l'importanza attribuita a un'offerta sana ed equilibrata. Inoltre, più del 42% del panel tricolore è attento ai prodotti locali e alla stagionalità, contro una media continentale che si ferma al 30%.

Il "settebello" di Burger King

Settembre da primato per **Burger King** che ha tagliato il nastro a 7 ristoranti creando 162 nuovi posti di lavoro. Il secondo gruppo di ristorazione al mondo (14.000 locali che servono più di 11 milioni di persone ogni giorno in oltre 100 paesi) approdato in Italia nel 1999, ha aperto infatti a Torino, Voghera (PV), Pescara, Zelo Buon Persico (LO), Monfal-



cine (GO), Monza e Alessandria. In ogni punto vendita lavorano circa 25 addetti, la cui età media è di circa 26 anni, a cui si aggiungono almeno due figure senior in ruoli manageriali. Con questo "settebello", il re del whopper nel nostro Paese sale a quota 181 ristoranti e punta a raggiungere i 200 entro la fine dell'anno.



Innovare preservando il
valore della cucina italiana.
È il nostro modo di fare
ristorazione.

Ristorazione collettiva a misura di persona

La nostra idea di ristorazione si basa su una chiara visione: promuovere una corretta cultura dell'alimentazione che soddisfi le esigenze di tutti i nostri clienti. Crediamo nella ristorazione ecosostenibile, responsabile e che si adatti alle richieste degli utenti. Ecco perché scegliamo soprattutto aziende e prodotti della nostra terra.

RISTORAZIONE COLLETTIVA

Sociosanitaria | Scolastica | Aziendale | Commerciale | Banqueting | Vending

www.grupposerenissima.it

Parte dal Kuwait l'espansione in MO di Spontini

Prende il via dal Kuwait lo sviluppo medio-orientale di **Spontini**. Nel secondo centro commerciale più grande di tutto il Middle East, *The Avenue Mall*, il format milanese di pizza al taglio guidato da **Massimo Innocenti** ha tagliato il nastro alla prima di almeno 34 location nella regione, in base all'accordo siglato nel gennaio scorso con **Alshaya Group**. Il locale è posto nella sezione chiamata *The Forum*, una zona centrale dell'immenso mall che ospita, fra gli altri, i più grandi nomi della ristorazione mondiale ed è caratterizzata da una cupola sovrastante di 70 metri di diametro. Qui la pizza preparata secondo una ricetta originale fin dal 1953 è stata adattata ai gusti e agli usi locali senza stravolgerla. Si tratta del 27° locale del brand meneghino, che all'estero ha già due location in Giappone, dove sono in apertura altrettanti locali entro la fine dell'anno.

Mensa bio e a Km 0 per le scuole di Alassio

Mensa con cibi bio e prodotti locali nelle scuole di **Alassio** (SV), dove **CIRFOOD**, che si è aggiudicata l'appalto, servirà anche, in occasione delle festività, piatti della tradizione. Spazio dunque a basilico, olio extravergine della Riviera dei Fiori, torta pasqualina, carote e trombette della Piana di Albenga nei refettori del comune ligure. La cooperativa emiliana gestirà la ristorazione delle materne e delle primarie, mentre per le medie è stata attivata una convenzione con l'Istituto Salesiano, che ospita il corso di studi.



Il cibo made in Italy mette le... Alitalia

Decolla il cibo made in Italy: grazie a un accordo con **Gate Gourmet**, **Alitalia** sta rivisitando l'offerta f&b sui suoi vettori nel segno dell'italianità. Il progetto si articola in diverse fasi. Intanto a ottobre Gate Gourmet Italia è diventato il fornitore unico del catering per tutti gli aerei in partenza dalla Penisola.

A novembre segue il rinnovo del menu di classe economica nei voli di medio raggio con durata superiore alle 3 ore, mediante l'introduzione di un servizio con vassoio in sostituzione dell'offerta snack.

Rivisto e migliorato poi il catering di classe economica per tutti i voli intercontinentali di lungo raggio.

Novità anche per i vassoi della business class di lungo raggio *Magnifica*, rielaborati in collaborazione con **Gambero Rosso**, "perseguendo quell'eccellenza nel cibo e nel servizio che ha consentito alla compagnia di ricevere dal prestigioso mensile americano *Global Traveler*, per otto anni di fila, il premio come migliore menu di bordo e per l'abbinamento dei piatti ai migliori vini".

Nel 2019, invece, è prevista l'introduzione di tecnologie che permetteranno al passeggero una scelta "su misura" del pasto a bordo.



Buoni pasto via App: il chiarimento dell'Agenzia delle entrate

Non rilevano per la determinazione del reddito di lavoro dipendente i servizi sostitutivi di mensa aziendale resi dal datore di lavoro tramite una App per smartphone: è quanto ha chiarito l'**Agenzia delle Entrate** con la pubblicazione del principio di diritto n. 3 del 2018. Per quanto attiene invece all'IRES, non sono applicabili le limitazioni di deducibilità di cui all'art. 109, comma 5, TUIR, relativamente alla spesa sostenuta dal datore di lavoro per la gestione dei predetti servizi. Per quanto riguarda l'IVA, poi, trovano applicazione le aliquote ridotte del 4 e 10%.

Insomma: per il servizio di mensa tramite applicazioni vale lo stesso regime fiscale dei buoni pasto elettronici.



KFC arriva negli scali di Grandi Stazioni Retail



Kentucky Fried Chicken porta il pollo fritto più famoso al mondo nelle maggiori stazioni ferroviarie italiane: è questo il risultato dell'accordo siglato con **Grandi Stazioni Retail SpA** attraverso **US Food Network s.r.l.**, franchising partner di KFC Italia.

Il debutto nei giorni scorsi presso la stazione di Venezia Santa Lucia, dove il format Usa fondato dal colonnello Sanders (21.000 ristoranti in 131 paesi e 750mila collaboratori nel mondo) ha tagliato il nastro al suo primo ristorante sulla Laguna. Seguiranno nei prossimi mesi le aperture nelle stazioni di *Bologna Centrale*, *Bari*

Centrale e *Genova Brignole*, anelli di un network che vede transitare ogni anno 750 milioni di viaggiatori nei 14 principali scali fs del Belpaese.

In dettaglio, il pdv veneziano è il 24° ristorante KFC nel Belpaese, ha una dimensione di circa 230 metri quadri, offre 210 posti a sedere di cui circa 100 nel dehors e sarà aperto 7 giorni su 7 dalle 8 alle 21, dando lavoro a 35 persone.

Nuovo responsabile del settore Ristorazione per Legacoop

Il Consiglio di Presidenza di **Legacoop Produzione e Servizi** ha nominato **Andrea Laguardia** responsabile del settore *Ristorazione*, che seguirà unitamente alle aree *Pulizie - Servizi integrati ed Ecologia - Igiene Ambientale*.

Laguardia subentra nella responsabilità del comparto ad **Alberto Armuzzi**, responsabile per l'Emilia Romagna dell'associazione, recentemente nominato presidente del Consiglio di sorveglianza del **Cns-Consortio Nazionale Servizi**.

IL SISTEMA DI CONTROLLO DELLA TEMPERATURA PIÙ EVOLUTO AL MONDO

PER IL MANTENIMENTO DELLA TEMPERATURA DI CIBI, ALIMENTI E BEVANDE NEI CONTENITORI ISOTERMICI SMART HEATER.

SMART HEATER POLIBOX

POLIBOX
WWW.POLIBOX.COM



ASDS
simplify your work



S.D.S. srl
Via Campo dei Fiori, 13 • 20010 Vittuone (MI) ITALY
Tel. (+39) 02 37074200 • Fax (+39) 02 37074208
www.grupposds.it



www.sagorativa.it

Lavazza si "beve" Mars Drinks



Il Gruppo Lavazza ha siglato un accordo per l'acquisizione di **Mars Drinks**, azienda che con i sistemi **Flavia** (macchine single-serve) e **Klix** (distributori automatici "freestanding") opera in Nord America, Germania, Gran Bretagna, Francia, Canada e Giappone nei settori dell'office coffee service ("OCS") e del vending. Nel carrello di Lavazza finiscono anche i relativi sistemi e gli stabilimenti di produzione in UK e negli Usa, un novero di attività che nel 2017 ha generato complessivamente un fatturato di circa 350 milioni di dollari avvalendosi di quasi 900 collaboratori. Il closing dell'operazione, subordinato ad autorizzazioni e alla consultazione dei dipendenti in alcune giurisdizioni, è previsto per dicembre.

CIRFOOD presenta Food Shuttle

CIRFOOD tiene a battesimo **Food Shuttle**, innovativa piattaforma multisensoriale nata per favorire una maggiore consapevolezza dell'importanza del cibo nelle scuole italiane. In soldoni, si tratta di un laboratorio edu-tech pensato per far scoprire il valore degli alimenti e del territorio, l'origine dei prodotti, la biodiversità, la lotta agli sprechi e l'educazione al gusto nelle scuole primarie e secondarie di primo grado. Un insieme di valori che rispecchia l'idea di nutrizione e di consumo consapevole dell'azienda emiliana, che ogni giorno mette in tavola 300mila studenti in 17 regioni italiane. Costituito da un modulo in grado di accogliere una classe di bambini alla volta e progettato per viaggiare e "atterrare" nelle scuole, Food Shuttle (disponibile a partire dal 2019 per tutti gli istituti che ne faranno richiesta) è incentrato sui linguaggi del cibo, con una forte attenzione all'osservazione e ai processi di trasformazione e ricomposizione degli alimenti. Gli studenti, attraverso l'esplorazione attiva e con l'utilizzo di tecnologie immersive che amplificano i cinque sensi, potranno conoscere meglio quello che



mangiano ogni giorno. Il progetto prevede l'uso di strumenti quali visori di realtà virtuale, stampanti laser e 3D, microscopi digitali, distillatori, estrattori, diffusori di essenze, termoformatrici e macchine sottovuoto.

Tecnologia di lavaggio
stoviglie professionale



The clean solution



"Nella mia cucina,
prezzo e prestazioni sono
il valore aggiunto!"



Più pulito, più economico – solo MEIKO **UPster K**

Abbiamo costruito la nuova linea di lavastoviglie UPster per la nuova generazione. Per chi vuole emergere e ha tanta voglia di fare. La nuova generazione di lavastoviglie a traino ad un prezzo economico in pronta consegna. Vuoi avere massima efficienza, risultati di lavaggio impeccabili, ergonomia, maggiore flessibilità di produzione oraria in base delle tue esigenze e il miglior clima nell'area di lavaggio senza bisogno di una cappa dedicata! Scegli UPster per un futuro brillante!

www.meiko.it

Appalto per Camst in provincia di Latina

Camst si è aggiudicata per l'anno scolastico 2018/2019 l'appalto di gestione della refezione scolastica per le scuole dell'infanzia e primarie appartenenti agli istituti comprensivi di Minturno e di Scauri (in provincia di Latina) e presso il centro diurno per diversamente abili *Arca di Noé*, per un totale di circa 100mila pasti all'anno. L'avvio di questa nuova gestione è caratterizzata da una serie di novità sul



versante della qualità dei prodotti e delle materie prime: si utilizzano infatti in gran parte referenze bio, Dop, Igp e provenienti da aziende del territorio. A ciò si somma il posizionamento in ogni refettorio di erogatori di acqua microfiltrata, per promuovere l'uso di acqua

del rubinetto e sensibilizzare sull'importanza del risparmio idrico, della riduzione di rifiuti da imballaggio e dell'impatto ambientale. Infine, per portare a casa gli alimenti non deperibili e non consumati in classe, ai bambini verranno consegnate le "lo no spreco bag".



Il Japanese food di Sagami arriva in Italia

Sagami, catena di ristoranti giapponesi con oltre 270 locali nel mondo, debutta in Italia con la prima opening a Milano, in piazza Duca d'Aosta, a ridosso della Stazione Centrale. Già presente oltre che in Giappone, anche in Thailandia, Indonesia, Vietnam e Brasile con una proposta etnico-salutare (healthy-etno food), dopo il successo ottenuto in Oriente e Sud America, il format approda anche nel Belpaese in pianta stabile. Nel 2016 infatti, la catena guidata dal ceo **Toshiyuki Kamada**, aveva presentato in spazi temporary alcune specialità tipiche della tradizione di Nagoya, a partire dalla soba (sorta di tagliatelle fatte con il 70% di farina di grano saraceno e 30% di farina 00) e dalle alette di pollo caramellate coperte di semi di sesamo. All'opening meneghina, curata dall'agenzia *Canali & C.*, seguiranno altri 5 tagli nastro del format nel 2019 in Italia.

Buoni pasto nel caos: le proposte di Fipe & C.

"Il sistema dei buoni pasto è fuori controllo e deve essere rifondato. Primo passo per ripartire, un tavolo con il vicepremier e ministro del Lavoro e dello Sviluppo Economico Luigi Di Maio che veda il coinvolgimento di tutte le associazioni della ristorazione e del dettaglio alimentare".

È questa la richiesta avanzata congiuntamente da **Fipe-Federazione Italiana Pubblici Esercizi**, **Fida-Federazione Italiana Detaglianti Alimentari**, **Federdistribuzione**, **Ancc-Coop**, **Ancc-Conad** e **FIEPeT-Confesercenti**, attraverso una comunicazione ufficiale inviata al ministro. Il fallimento di QUI!Group è solo la punta di un iceberg che nasconde molte altre insidie per gli utilizzatori dei buoni pasto e per migliaia di imprese della ristorazione e del dettaglio, sottolineano nella nota congiunta le sei associazioni. Che sostengono l'urgenza di interventi normativi per mettere argine alle troppe distorsioni del mercato, preso atto che finora nessuno – compresi quelli sul Codice degli Appalti – è stato risolutivo. In particolare, il livello delle commissioni a carico della rete degli esercizi convenzionati ha ormai sfondato, in alcuni casi, la soglia del 20%, innescando un meccanismo che costa loro almeno 500 milioni di euro all'anno.

Tra le altre cose, Fipe & C. propongono: la fine dell'affidamento attraverso gare di appalto che riducano il valore nominale del buono pasto lungo tutta la filiera; la determinazione di un tetto massimo alle commissioni agli esercenti, con valori analoghi a quelli praticati in altri Paesi europei; la creazione di un meccanismo di rating di affidabilità per le società emittitrici e di un fondo di garanzia per la tutela dei pagamenti alle imprese convenzionate; la stipula di contratti chiari e trasparenti tra emittitori ed esercizi convenzionati; l'introduzione di un Pos unico per assicurare il vero sviluppo del buono pasto elettronico.





TRE MARIE

Una storia di eccellenza
è la nostra garanzia.



La sapienza antica,
fatta di calore e autenticità.

La più ampia offerta di cornetti
del mercato, per soddisfare
tutti i tuoi clienti.

La cura e il supporto dei nostri esperti,
sempre a tua disposizione.



Tre Marie Croissanterie,
scegli il meglio per il tuo bar.

TRE MARIE

Antica Marca

PASTICCERIA ITALIANA
DAL 1896

tremarietroissanterie.it



Per maggiori informazioni contattaci
al **numero verde 800 403 858**
oppure scrivici su info@tremarietroissanterie.it

Dussmann Service

Pulizia Sanificazione



Ristorazione



Facility Management



Certificazione EcoSystem.
Soluzioni sostenibili
per la gestione
delle attività quotidiane

Sanità Pubblica e Privata
Business & Industry
Pubblica Amministrazione
Forze Armate
Scuole e Università
Residenze per anziani



www.dussmann.it

CC, i vantaggi della (tripla) A

Sono i **centri commerciali** classificati da A (minimo 6 milioni di visitatori all'anno) a tripla A (da 12 milioni in su) quelli destinati al successo nel mare in tempesta del commercio ai tempi dell'e-commerce e delle (paventate) chiusure domenicali.

Il dato emerge dall'annuale Osservatorio Confinimpresa-Reno, secondo cui sono 1.158 le grandi strutture di vendita aperte in Italia ad oggi, tra cui 948 centri commerciali, 180 retail park, 30 factory outlet centre.

Da qui al 2022 l'Osservatorio delinea un quadro dinamico con 79 nuovi progetti in pipeline, 38 dei quali mall, considerando anche 15 ampliamenti.

A riprova invece dello stato di salute della formula retail park, a settembre 2018 nel database Reno erano presenti complessivamente 180 siti rispetto ai 172 del 2017. Di più: sono 14 i parchi commerciali nuovi previsti nel 2019 (su un totale di 29 progetti), 10 nel 2020 (su un totale di 21 progetti), 6 nel 2021 e 13 nel 2022. Sul fronte chiusure invece, nell'arco degli ultimi 3 anni hanno abbassato le saracinesche 10 strutture, tutte nei rating bassi (BB-B-C), e il 7% dei centri tripla B (con 25-80 negozi e tra 3,5 a 5,5 milioni di visitatori all'anno). Sono dunque i centri di medio e alto livello a botta, compensando le chiusure dei piccoli. Non per nulla sui 38 progetti di mall previsti fino al 2022, ben 17 vanno da A a tripla AAA e 3 sono tripla A.

Tra i grandi progetti sovraregionali in dirittura d'arrivo, *Westfield Milano* e il nuovo *Auchan* di Cinisello Balsamo (Bettola), tra il capoluogo lombardo e Monza.

Al di là dei numeri e degli scenari, non mancano i problemi, tra cui spicca la riduzione progressiva della popolazione a reddito lavorativo fisso, con conseguente calo dei consumi, cui fa da contraltare la concorrenza dell'e-commerce, che peraltro in Italia assorbe "solo" il 5,7% delle vendite totali al dettaglio nel 2017.

Senza contare i rischi connessi alle paventate chiusure domenicali (vedi articolo a pagina 37).

Consip: in gara il f&b della Galleria Nazionale di Roma

Consip Spa ha pubblicato, per conto del *Ministero dei Beni culturali*, un bando di gara a procedura aperta per l'affidamento in concessione dei servizi di caffetteria, ristorazione e catering presso **La Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea di Roma**, tra cui spiccano il ristorante-caffetteria **Caffè**

delle Arti e il punto di ristoro **Trojan Café**. Il valore dell'appalto è di 8,5 milioni di euro. La concessione prevede il pagamento di un canone e di una royalty in favore dell'amministrazione non distinti per tipologia di attività commerciale. La royalty andrà calcolata sul fatturato annuo, al netto degli incassi derivanti dalla consumazione dei dipendenti della GNAM.



Autogrill acquisisce Avila Retail negli Usa

Colpo di **Autogrill** sulla west coast Usa: il gruppo italiano, tra i primi nel mondo nei servizi di ristorazione per chi viaggia, ha acquistato **Avila Retail Development & Management** per 20 milioni di dollari. L'operazione è stata realizzata da **Stellar Partners**, società controllata al 100% operante nel retail aeroportuale. L'azienda acquisita gestisce 25 punti vendita in 4 aeroporti (Denver, San Francisco, Phoenix e Albuquerque) e sarà consolidata a decorrere dal primo settembre 2018.

Intanto, nei primi otto mesi dell'anno, il Gruppo italiano ha ottenuto ricavi per 3 miliardi di euro, in crescita del 4,8% a cambi costanti e dello 0,2% a cambi correnti rispetto allo stesso periodo dall'anno scorso. La performance dei primi otto mesi dell'anno è stata "positiva per tutte le aree geografiche in cui il gruppo opera", fa sapere la società. Proprio in Nord America, l'incremento dei ricavi nel canale aeroportuale è "particolarmente importante perché consente di far fronte all'attuale ritmo di crescita dell'occupazione". International beneficia di un "traffico aeroportuale particolarmente sostenuto" mentre in Europa la performance è più "stabile a fronte di un traffico autostradale in rallentamento e un buon trend di crescita negli aeroporti e nelle stazioni ferroviarie". Il segmento aeroportuale vede ricavi su del 6,7% (-0,1% a cambi correnti), con il contributo positivo di tutte le regioni. Sulle autostrade i ricavi sono in diminuzione dello 0,8% (-2,8% a cambi correnti). Gli altri settori vedono ricavi in progresso del 20,7% (+19,4% a cambi correnti) per effetto delle aperture di punti vendita in alcuni outlet in Europa e dell'acquisizione di **Le CroBag**.





Langosteria vende il 40% per andare Oltreconfine

Enrico Buonocore ha ceduto ad **Archive**, controllata di **Ruffini Partecipazioni Holding**, il 40% di **Langosteria Holding**. In questo modo la società che possiede il marchio **Moncler** diventa socio di minoranza del Gruppo a cui fanno capo i ristoranti milanesi **Langosteria**, **Langosteria Bistrot**, **Langosteria Café Milano** e lo stagionale **Langosteria Paraggi** (GE).

L'operazione conferma la volontà di Ruffini di investire nei settori del ready-to-wear, food&beverage e hospitality, con partecipazioni



di minoranza in piccole società.

Forte del nuovo assetto societario, il format di ristorazione di mare meneghino intende andare all'estero, con un programma graduale di aperture in selezionate città internazionali.



Electrolux Professional compra l'italiana SPM

Electrolux Professional ha fatto suo **Spm Drink Systems**, produttore italiano di macchinari destinati alla distribuzione di bevande ghiacciate, calde e gelato soft. Assieme all'acquisizione di **Grindmaster-Cecilware** in Nord America, l'operazione rientra nella strategia del colosso svedese dell'equipment volto a incrementare la propria presenza nel mondo dell'ospitalità: l'ampia gamma dei prodotti dell'azienda emiliana (30 milioni di euro di fatturato nel 2017 e 110 dipendenti), consentiranno a **Electrolux Professional** (12,8 miliardi di euro di fatturato nel 2017 e 56mila dipendenti in tutto il mondo) di continuare a fornire soluzioni complete, ampliando l'attuale offerta di distributori di bevande.



Le vasche per friggitrice normalizzate gastronorm sono prodotte in acciaio inox AISI304 8% Ni con spessori che vanno da .0,8 a max 1,5 mm

Finiture: decapata, satinata o vibropallinata

Sono corredate da tubo di scarico 3/4" o 1" e possono essere rifilate o forate con laser 3D secondo il disegno del cliente



VASCHE FRIGGITRICI

WWW.DAVIGHI-INTERNATIONAL.COM +39 02 90 42 20 60 MILANO ITALY

McDonald's: materie prime sempre più tricolori



Lo dicono chiaramente le oltre 82mila le tonnellate di materie prime alimentari (l'80% sul totale) acquistate ogni anno presso aziende da nord a sud dello Stivale, a fronte di una spesa pari a 200 milioni di euro: il menu di

McDonald's negli oltre 570 ristoranti del Belpaese è sempre più in salsa... italiana, e la multinazionale del panino espresso made in Usa contribuisce così a rafforzare la filiera agroalimentare nazionale in molti ambiti.

Basti citare le 11mila tonnellate di pollo fornite da **Amadori** e le 11mila tonnellate di carne bovina di **Inalca** (società del **Gruppo Cremonini**), provenienti da 15 mila allevamenti italiani. E ancora: l'insalata fornita da **Bonduelle** e **Sab** arriva dalle campagne lombarde; il pane è prodotto in Emilia e Lazio da **East Balt** con grano coltivato per la maggior parte in Italia e macinato dal **Molino Quaglia**, in provincia di Padova; le arance sono della siciliana **Oranfrizer**; i 1.800.000 litri di latte serviti nei corner **McCafé** sono forniti dalla **Centrale del Latte di Brescia**; la frutta da **Macè**; le mele coltivate sulle Alpi trentine da **Vog**; il caffè è **Ottolina**; il parmigiano reggiano Dop viene da **Parmareggio**; l'olio d'oliva dalla calabrese **IGreco**; le uova da **Amadori** e, dolci in fundo, i dolci sono firmati **Bindi** e **Cupiello**.

A Porto Torres vince il bio a scuola

È stato affidata all'azienda **Laser Servizi** la refezione scolastica nel **Comune di Porto Torres** (SS) per i prossimi 5 anni. A fronte di una spesa di 2,9 milioni di euro, il servizio verrà assicurato alle scuole dell'infanzia, primarie e secondarie di primo grado. Sostenibilità, iniziative di educazione alimentare e introito delle quote direttamente da parte dell'azienda, anche tramite App, sono alcune delle innovazioni previste dall'appalto. Molte delle procedure infatti, dall'acquisto dei pasti alla disdetta, saranno gestite prevalentemente attraverso sistemi digitali. Per quanto riguarda i cibi, invece, frutta, verdure, legumi, pasta, latte e suoi derivati, prodotti da forno, uova e olio dovranno provenire per almeno il 40% da produzione biologica, la carne per almeno il 15%, il pesce per il 20% mentre il 25% del fabbisogno di materie prime dovrà essere coperto da prodotti Igp e Dop. Anche i prodotti esotici (ad esempio kiwi, ananas, cacao, zucchero) dovranno essere sostenibili e provenire dal circuito del commercio equo e solidale.

robot coupe®



TAGLIAVERDURA CL60



LA PIÙ GRANDE VARIETÀ DI TAGLI



Dimostrazione gratuita:
mktg@robot-coupe.it

Video su www.robot-coupe.it



smeraldiniemenazzi.it



IL FUTURO È UNA VECCHIA STORIA

Fedele alle lavorazioni artigianali
e alle ricette della tradizione,
Sfoglia Antica e grandi materie prime.
Uova da allevamento a terra.
Nessun conservante.

Sempre pronta nel tuo freezer
perchè sapientemente surgelata.

LABORATORIO TORTELLINI® ALTA TRADIZIONE.
LA PASTA FRESCA PER LA RISTORAZIONE CONTEMPORANEA.

Laboratorio Tortellini® è un marchio



L'Italiana preferita dallo chef.



ALTA TRADIZIONE



Domenica è sempre domenica

Levata di scudi generalizzata (con qualche distinguo) delle associazioni di settore contro l'abrogazione della liberalizzazione completa di orari e giorni di apertura delle attività commerciali introdotta nel 2012

di M. L. Andreis

"Entro l'anno approveremo lo stop alle aperture festive... Rovinano le famiglie... Ci sarà sempre un posto dove andare a fare la spesa grazie a un meccanismo di rotazione per cui resterà aperto il 25% dei negozi, gli altri a turno chiudono.... A decidere chi sarà aperto e chi chiuso saranno, come in passato, sindaco e commercianti". Sono queste le posizioni espres-

se dal ministro del Lavoro e dello Sviluppo Economico, **Luigi Di Maio**, che ha preannunciato la fine della liberalizzazione tout court del commercio (365 giorni all'anno e 24 ore su 24) introdotta nel 2012 dal decreto *Salva Italia*.

Allora, non erano stati in pochi a sollevarsi contro un provvedimento che, questa l'accusa, avrebbe favorito la grande di-



Le regole in Europa

NAZIONE	LUNEDÌ VENERDÌ	SABATO	DOMENICA
FRANCIA 	Nessuna restrizione	Nessuna restrizione	Vige il principio del riposo domenicale per dipendenti. Solo i negozi detenuti dai proprietari possono rimanere aperti. Eccezioni: 1) Nei negozi alimentari riposo domenicale dalle 13:00. Per i dipendenti di negozi oltre 400 m², remunerazione aumentata del 30%; 2) Nei negozi non alimentari si apertura previa decisione del sindaco e remunerazione doppia
GERMANIA 	Nessuna restrizione. Eccezione: 1) Renania-Palatinato e Sassonia 6:00-22:00; 2) Saarland e Baviera 06:00-20:00	Nessuna restrizione. Eccezione: 1) Meclemburgo-Pomerania Anteriore 00:00-22:00; 2) Renania-Palatinato 06:00-22:00; 3) Baviera e Saarland 06:00-20:00; 4) Sassonia-Anhalt e Turingia 00:00-20:00	Chiuso. Eccezioni previste per panetterie, fiorai, giornalisti, negozi per la casa, musei, stazioni ferroviarie, stazioni di servizio, aeroporti e luoghi di pellegrinaggio
SPAGNA 	Ciascuna Comunità autonoma stabilisce il numero totale di ore di lavoro settimanali (da lunedì al sabato). Orari liberi: negozi sotto i 300m², pasticcerie, panetterie, piatti giornalieri, stazioni di servizio, fiorai, negozi che operano in ferrovie, porti, aeroporti, minimarket e negozi in località turistiche	Ciascuna Comunità autonoma stabilisce il numero totale di ore di lavoro settimanali (da lunedì al sabato). Orari liberi: negozi sotto i 300m², pasticcerie, panetterie, piatti giornalieri, stazioni di servizio, fiorai, negozi che operano in ferrovie, porti, aeroporti, minimarket e negozi in località turistiche	Ciascuna Comunità autonoma stabilisce il numero totale di domeniche di lavoro annuali autorizzate. La maggioranza delle Comunità autonome stabilisce 10 domeniche/feste nazionali di apertura
REGNO UNITO 	Nessuna restrizione	Nessuna restrizione	Scozia: nessuna restrizione; Inghilterra e Galles: 1) nessuna restrizione per negozi sotto 280m²; 2) 10:00-18:00 per negozi oltre 280 m²; Irlanda del Nord: 1) nessuna restrizione per negozi sotto 280m²; 2) 13:00-18:00 per negozi oltre 280m²

FONTE: Istituto Bruno Leoni

tribuzione a discapito dei piccoli esercenti. Ora, a 6 anni di distanza, con abitudini di consumo che si sono adattate al nuovo corso e con l'e-commerce incombente, la levata di scudi pressoché generalizzata è invece contro la proposta del ministro M5S, e sono in molti a preconizzare un salasso per il commercio tradizionale (grande o piccolo che sia), già alle prese con l'impennata degli acquisti online "aperti" senza soluzione di continuità. Non mancano previsioni meno pessimistiche, tra chi rispolvera la necessità di un compromesso e

chi appoggia la proposta del vicepremier: oltre alla Chiesa Cattolica, da sempre schierata per motivi religiosi a favore del riposo domenicale, e alla Cgil, per ragioni sindacali, anche una catena della Gdo, Eurospin, che, come ha sottolineato a sostegno delle sue tesi il trentaduenne ministro in una intervista televisiva, "mette al primo posto la qualità della vita dei dipendenti del gruppo, perché sanno che questa migliorerà se la domenica sarà dedicata agli affetti e alla famiglia. Così come sanno che non ci sarà alcun ritorno negativo sui profitti.

È bello che qualcuno si ricordi che il profitto non è tutto e che la felicità dei lavoratori è un valore anche per l'azienda. Chapeau!".

Meno ore, meno posti di lavoro

Peraltra l'idea, che pare in linea con quella "decrescita felice" di quando in quando auspicata da esponenti del Movimento del quale

Di Maio è "capo politico" dal settembre 2017 (scelto con votazione online da 30.936 – pari all'82% sul totale – degli iscritti certi-



ficati alla piattaforma Rousseau che si sono espressi in rappresentanza di alcuni milioni di elettori 5 Stelle italiani) non piace a tutto l'esecutivo: il ministro leghista dell'Agricoltura e del Turismo, **Gian Marco Centinaio**, durante la Fiera del Levante di Bari ha detto a riguardo: "Possiamo ipotizzare che ci sia un giorno a settimana di chiusura, che non sia necessariamente la domenica, perché altrimenti blocchiamo il turismo nel nostro Paese".

Un passo indietro: la liberalizzazione era stata introdotta per

timidi anni ha sparigliato le carte e creato abitudini nuove, al di là della liberalizzazione: tra 2010 e 2016 i punti vendita nella Gdo sono diminuiti del 4% (da 60.480 a 58.035) e del 3,7% quelli del commercio tradizionale (da 715.885 a 689.007). Nel primo caso le insegne hanno riorganizzato gli spazi ottimizzandoli su grandi superfici. Nel secondo è stato il tracollo dei consumi generale a forzare molti piccoli commercianti ad abbassare la saracinesca. Diverso il destino di venditori ambulanti, aumentati del 13,9%, da



contrastare gli effetti della depressione economica, arrivata al suo culmine nel 2011 con lo spread italiano schizzato alle stelle nel corso dell'estate, la goccia che aveva provocato la caduta del governo Berlusconi e la nascita di un governo di "salvezza nazionale" guidato dall'ex rettore della Bocconi di Milano ed ex commissario Ue alla Concorrenza, il fresco (di nomina) senatore a vita **Mario Monti**.

Proprio la Grande crisi negli ul-

timi anni ha sparigliato le carte e creato abitudini nuove, al di là della liberalizzazione: tra 2010 e 2016 i punti vendita nella Gdo sono diminuiti del 4% (da 60.480 a 58.035) e del 3,7% quelli del commercio tradizionale (da 715.885 a 689.007). Nel primo caso le insegne hanno riorganizzato gli spazi ottimizzandoli su grandi superfici. Nel secondo è stato il tracollo dei consumi generale a forzare molti piccoli commercianti ad abbassare la saracinesca. Diverso il destino di venditori ambulanti, aumentati del 13,9%, da

170.845 a 194.583 unità, e mercati di "campagna amica", dove quasi 6 italiani su 10 ormai spendono ogni anno 3 miliardi di euro (fonte **Coldiretti**), acquistando, anche solo di tanto in tanto, direttamente dal contadino (invece che, in primis, dai piccoli commercianti). Certo, inutile negare che le aperture domenicali abbiano avvantaggiato nascita ed espansione di centri commerciali e outlet: dagli 889 del 2011, quando il comparto chiudeva con

FIPE: "Una regolamentazione sobria e ragionevole"

"Se anche il nostro comparto parrebbe escluso nel provvedimento abbozzato, siamo molto preoccupati. Oggi le dinamiche di consumo rispondono a logiche molto diverse rispetto al passato. Temiamo, in poche parole, che si verifichi l'assioma: negozi chiusi, ristoranti vuoti. Non per nulla il nostro centro studi ha calcolato che il danno, solo per il comparto del pubblici esercizi, potrebbe aggirarsi sul miliardo di euro": non nasconde una certa apprensione **Lino Stoppani**, presidente di Fipe. Che sottolinea come la Federazione che guida sia allineata alla posizione di **Confcommercio** cui aderisce, che chiede "una regolamentazione sobria e ragionevole. La traduzione in concreto la lasciamo alla valutazione del legislatore", ma non si dovrebbe andare oltre le festività nazionali in aggiunta a un numero limitato di ulteriori chiusure, da decidere a livello locale.



LINO STOPPANI, presidente

Pertanto, se il tema non è solo quello di salvaguardare la famiglia e la spiritualità, ma come risulta sottotraccia ma in modo non meno evidente, di tutelare i piccoli negozi, "per noi questi ultimi non vanno aiutati a danno di chi subirà i contraccolpi di questo provvedimento in termini di stravolgimento dei modelli di business, di rinuncia a nuovi investimenti, di perdita di capitali utili per lo sviluppo del nostro sistema distributivo: l'impoverimento complessivo del mercato legato alle chiusure domenicali colpirà giocoforza tutti, grandi e piccoli". Piuttosto, chiosa Stoppani, "servirebbero per i secondi provvedimenti ad hoc: misure fiscali specifiche contrastando i sistemi delle grandi piattaforme digitali che consentono loro di pagare cifre irrisorie in tasse; la riduzione della burocrazia; interventi urbanistici di rigenerazione urbana dei centri storici che prevedano parcheggi, aree verdi, zone di carico-scarico più funzionali; la digitalizzazione con incentivi mirati". Insomma: no a misure ideologiche, anacronistiche e antistoriche.

una perdita del 3,9% dei ricavi, si è passati ai 969 nel 2017, coi ricavi a quota 51 miliardi di euro, il +4,2%. Si tratta peraltro di un sistema che dà lavoro, secondo il **Consiglio Nazionale degli Centri Commerciali**, a 553mila persone.

Un numero raggiunto anche grazie ai 400 milioni di euro spesi in più per pagare gli straordinari o le assunzioni nei weekend nel settore della Gdo, dove sono impiegati circa 460mila persone, dei 2 milioni

di lavoratori complessivi del commercio.

Lo scenario europeo

In uno scenario alquanto variegato, secondo l'**Istituto Bruno Leoni** in Europa si sta andando verso la liberalizzazione: in nessuno stato del Vecchio continente è proibito del tutto lavorare la domenica mentre in 16 su 28 membri dell'Ue (considerando anche il Regno Unito) non esiste alcuna limitazione.

COMBI WAVE: ULTRAFAST COOKING

PRONTO IN
90 SECONDI



INQUADRA IL QR CODE
E GUARDA IL VIDEO

FRITTO SENZ'OLIO



Canal Creative Studio



VISITA IL SITO E SCOPRI
LE ALTRE RICETTE,
COME PREPARARLE
E SERVIRLE
IN POCHE SEMPLICI MOSSE

TEMPISTICHE RELATIVE A PRODOTTI SURGELATI

TANTI MENÙ IN UN SEMPLICE CLICK, PRONTI IN POCHISSIMI MINUTI.

Prepara on demand in pochissimo tempo menù preimpostati: dolci e salati, grazie alle tecnologie utilizzate con questo forno da banco dalle ridotte dimensioni potrai CUOCERE, RISCALDARE, SCONGELARE, TOSTARE, GRIGLIARE, RINVENIRE, TEMPRARE, FRIGGERE SENZ'OLIO E LESSARE QUALSIASI ALIMENTO. Produzione e assistenza Made in Italy, utilizzo 24h, bassi consumi, non necessita di cappa o impianti filtranti, frittura senz'olio con il 50% di grassi in meno.



TURBO VENTILAZIONE
SCORRILA RAPIDAMENTE



INFRAROSSI
DALL'ASPETTO CRISPY



MICROONDE
DURATA DELL'INTERNO



CONVERTITORE CATALITICO
SULLE FATTURE E CODICI



800 014 405
CHIAMATA GRATUITA

Via Spallanzani 8/C - 42024 Castelnovo di Sotto (RE) - Italia
Tel: (+39) 0522 883 747 - Fax: (+39) 0522 888 323
info@techfood.it - techfood.it

TECHFOOD
HORECA INNOVATIONS



**IL MIGLIOR PARTNER PER
SVILUPPARE FORMAT DI SUCCESSO.**

LEADER IN ITALIA NEL MERCATO AEROPORTUALE

areas
Savor your way



www.areas.com
www.mychef.it

AIGRIM: "Una normativa laica sulla materia"

Sei chiusure per le festività nazionali civili e religiose più altre sei di domenica, da decidere a livello periferico, con deroghe per il settore della ristorazione e per esigenze turistiche: questo in estrema sintesi la posizione di AIGRIM, espressa dal presidente Enzo Andreis, che si allinea a Fipe e Concommercio nel chiedere "una normativa laica sulla materia", nel senso di scevra da posizioni preconcepite. Il massimo rappresentante dell'Associazione Imprese Grande



ENZO ANDREIS,
presidente

Ristorazione Multilocalizzate, ritiene che ad essere colpiti da un provvedimento troppo restrittivo non sarebbero solo i ristoranti presenti nei mall, ma, dati gli inevitabili riverberi a livello di indotto provocati dalla misura allo studio (di cui peraltro ben poco si conosce nel dettaglio), tutte le location appartenenti alle aziende associate.

"Un provvedimento troppo restrittivo porterebbe alla depressione generale dei consumi. Se da un lato comprendiamo le motivazioni che spingono l'esecutivo a tutelare le famiglie dei lavoratori impiegati la domenica, dall'altro occorre considerare come anche quelle dei consumatori, ormai avvezzi a organizzare i propri tempi, i propri acquisti e i propri svaghi considerando l'apertura domenicale del commercio, e dei CC in primis, un fatto acquisito, senza tralasciare i bisogni dei turisti, che non possono certo ritrovarsi a visitare città o altre mete prive di una offerta cui sono ormai abituati, in Italia e in Europa, per non dire in tutto il mondo".

Negli altri, le chiusure "comandate" sono limitate secondo diversi criteri: per orari, scelta dei giorni o settore merceologico. Nondimeno, anche laddove le regole sono più stringenti (Germania e Francia ad esempio, come si vede bene nella tabella a pag. 21), ci sono molte

eccezioni. Insomma: l'Italia non è certo una mosca bianca, e semmai il provvedimento in cantiere ingesserebbe il sistema, facendogli compiere un salto all'indietro tanto più spiccato se si pensa che, in effetti, attualmente il nostro è il Paese con il massimo della libertà.

Ma cosa ne pensano gli italiani della proposta "gialloverde"?

Ebbene, il 66,6% è contrario allo stop domenicale, secondo un recente sondaggio Quorum realizzato per Confimprese. Per la quale la chiusura totale porterebbe a "una perdita di 150 mila posti di lavoro, pari al 5% dell'attuale occupazio-



ne nel retail, con particolare riferimento all'occupazione giovanile e femminile che il settore riesce, in controtendenza rispetto ai dati del sistema Paese". Proprio le ripercussioni temute anche dal 61,2% degli intervistati. Al di là della forza lavoro persa, le saracinesche abbassate per legge avrebbero ripercu-

SSIONI anche sulla gestione e, soprattutto, sulla quantità degli acquisti lungo lo Stivale, con effetti recessivi: se infatti negozi e centri commerciali fossero obbligati a restare chiusi la domenica, il 37,8% degli italiani dichiara che farebbe meno compere mentre il 25,2% le farebbe ma, udite udite, online!

CONFIMPRESE: "A rischio il 10% del fatturato del commercio"

Secondo Mario Resca, presidente di Confimprese, alla domenica è riferibile il 20% del fatturato medio di un negozio. A fare dunque le spese del provvedimento incardinato a firma della leghista Barbara Saltamartini alla Camera saranno i consumi ludici e da impulso, che nella maggior parte dei casi non sono sarebbero rimandati a un giorno di apertura ma persi completamente.



MARIO RESCA,
presidente

In particolare, l'Ufficio studi di Confimprese prevede che, nell'ipotesi peggiore di 44 domeniche chiuse, si perderebbero 400mila posti di lavoro, con un calo del fatturato del 10%. Inutile nascondere i timori degli operatori che aderiscono all'associazione che rappresenta le imprese del commercio a rete. Questa proposta di legge, se approvata, ne cambierebbe completamente il conto economico e la capacità di effettuare investimenti. E il danno non si ferma qui: dietro ogni prodotto venduto in uno store, c'è una fabbrica che lo produce e un sistema logistico connesso, che pure subirebbero una perdita. Il fatto che la misura preveda la classica deroga per i ristoranti non può bastare per Resca così come la proposta di esentare le città turistiche dalla spasa di Damocle delle serrate domenicali: "Sarebbe il caos: si andrebbe ad aumentare ulteriormente la burocrazia, creando asimmetrie competitive anche tra attività site in comuni limitrofi classificati come turistici e non".

A.P.



CNCC: "Probabile una perdita di 40mila posti di lavoro"



MASSIMO MORETTI,
presidente

Su 525mila addetti diretti nei mall italiani, la chiusura domenicale metterebbe a rischio circa 40mila posti di lavoro – sui 150mila che **Confimprese** teme possano essere persi in tutto il commercio: parte dal freddo linguaggio dei numeri **Massimo Moretti** nella sua disamina sulle

conseguenze del provvedimento presentato alla Camera. Non solo: "Ad essere penalizzati sarebbero soprattutto i giovani e le donne con un livello di scolarità che non favorisce alternative occupazionali. E ancora: gli investitori che hanno in mano il 70% dei nostri shopping center e che valutano come un vantaggio

competitivo importante le aperture domenicali dei CC. Se la (contro) riforma venisse approvata, secondo il nostro interlocutore si perderebbero tutti gli acquisti ludici e di impulso legati alla domenica, giorno che per i mall incide sul fatturato settimanale per il 15-25%, con una media del 18%.

Considerando che il giro d'affari annuo dei centri commerciali in Italia è di circa 51 miliardi di euro, generato da 35mila negozi posizionati al loro interno, è facile trarre le conclusioni: "Il calo dei consumi nel breve periodo sarebbe inevitabile, con effetti sullo sviluppo economico, sul gettito fiscale oltre che sul fronte occupazionale", prosegue Moretti.

"Non ne trarrebbe alcun vantaggio neppure il piccolo commercio: nelle gallerie dei mall italiani operano ben 9mila tra franchisee e singole attività, che sono quindi imprenditori locali".

A.P.



Un conto salato per la ristorazione

Anche per la ristorazione il conto delle chiusure è salato: 940 milioni di euro all'anno. Una cifra frutto di un calcolo semplice: a fronte di una spesa complessiva f&b all'interno degli shopping center che in Italia vale 6,3 miliardi di euro, il 15% è riferibile alla domenica. Un danno per di più destinato a crescere: secondo i dati CREST di **The NPD Group**, alla

ristorazione nei CC è ascrivibile l'11% della spesa complessiva destinata dagli italiani al consumo di cibo fuoricasa, un numero aumentato addirittura a doppia cifra nel periodo giugno 2017-giugno 2018. Insomma, il colpo sarebbe molto duro, specie alle insegne sviluppate a catena, che in questo contesto evidenziano una forte concentrazione. Mentre infatti a totale Italia queste accolgono il 27% delle visite, negli shopping mall tale percentuale

schizza al 70%. Insomma: la nuova regolamentazione penalizzerebbe in particolare proprie le catene, che rappresentano la realtà più dinamica e con maggiore capacità di investimento. Un esempio dei suoi effetti deleteri arriva da un operatore nato nel 2015 proprio sull'onda dello sviluppo del fuoricasa, del suo carattere anticiclico rispetto alla crisi e della crescita del sistema dei centri commerciali, complice proprio la deregulation.

Il parere di un franchisee

Costituito da 4 soci, il multi-brand franchisee **5Roosters** attualmente gestisce sei locali in primari centri commerciali del nord Italia: 5 **KFC** ad Arese presso *Il Centro*, a Milano nel *Bicocca Village*, ad Orio al Serio all'interno dell'*Oriocenter*, a Brescia presso il CC *Freccia Rossa* e a Curno sulla *SS Briantea*, l'unico fuori da un mall e con servizio Drive; a questi si è ag-

ASSOFRANCHISING: "Sì alla formula del 6+6"

"Siamo per la libertà di scelta, come avviene ora": è chiara la posizione di **Assofranchising** espressa dal suo presidente **Italo Bussoli**. "Così come proposto dalla **Confcommercio** nazionale alla quale aderiamo, e alla quale abbiamo dato mandato per la tutela del settore del franchising, è necessario trovare il giusto equilibrio tra le esigenze delle imprese, dei lavoratori e dei consumatori ma con un punto fermo: non arretrare nella competitività e nell'ammodernamento di un sistema che ha saputo adattarsi negli ultimi anni a quello che è uno scenario ormai consolidato per tutti".

Degli oltre 200 soci che al momento sono iscritti all'Associazione, circa i tre quarti delle insegne sarebbero coinvolte dal provvedimento, a partire da quelle del f&b.

"Non ragionerei in termini di danno economico diretto, ma piuttosto

di vendite", aggiunge Bussoli. "Le chiusure previste penalizzano non solo queste ultime, ma tutto il settore del franchising e i brand che operano sotto il concetto di DMO (sistema di distribuzione moderna e organizzata). Purtroppo nessuno può fare previsioni certe, ma sicuramente l'incertezza sugli effetti di un eventuale provvedimento tutto da definire non è auspicabile nell'attuale contesto economico nazionale".

Per il presidente di **Assofranchising**, il punto massimo di mediazione sarebbe eventualmente la formula del cosiddetto 6+6, vale a dire sei domeniche e sei festività nazionali.



ITALO BUSSOLI,
presidente



giunto un locale a insegna **Cioccolatitaliani** presso Citylife a Milano. In queste location, che fatturano mediamente 12 milioni di euro annui, e danno lavoro nel complesso a 130 persone, la percentuale delle vendite riferibile alla domenica oscilla tra il 21% e il 25%.

Ecco perché le ripercussioni di una eventuale chiusura "sono enormi e vitali", esordisce **Filippo Caravatti**, presidente della società brianzola. Che aggiunge: "Il modello ristorativo di tipo QSR ha margini molto contenuti ed elevati costi fissi; di conseguenza i risultati sono positivi oltre una certa soglia di fatturato e migliorano con l'aumento delle vendite del singolo punto vendita. Una riduzione di queste ultime nell'ordine del 22-25%, a fronte di affitti, costi di struttura e molti altri invariati, metterebbe a rischio il nostro bilancio: con tutta probabilità saremo costretti a ridurre l'organico di una percentuale almeno pari a quella del fattu-

rato perso. Ma ciò che forse è peggio, dovremo ripensare ai nostri piani di sviluppo e di investimento, che al momento prevedono l'apertura di 2-3 punti vendita all'anno, equivalenti a 50-60 assunzioni, che di norma vengono stabilizzate a tempo indeterminato".

Se la ratio che guida questo cambiamento è un aiuto ai piccoli esercizi commerciali e la tutela dei lavoratori, la realtà di Caravatti & soci dimostra plasticamente come la "mossa non produrrebbe gli effetti desiderati: in un mercato in cui la parola d'ordine è facilità d'uso e d'accesso, ne beneficerebbero sicuramente il mondo dell'e-commerce e della delivery, ma non le categorie di cui sopra".

La proposta alternativa, secondo il nostro interlocutore, potrebbe essere quella di una turnazione più attenta e regolamentata dei lavoratori nelle giornate domenicali, che potrebbero avere anche un ritocco delle maggiorazioni contrattualmente già pre-

FEDERFRANCHISING: "Nuove regole per rafforzare il comparto distributivo"

La posizione della Federazione Italiana Franchising è quella di Confesercenti, di cui fa parte come associazione di categoria degli operatori del settore iscritti alla Confederazione.

"Siamo favorevoli ad una regolamentazione degli orari, ma non alla chiusura domenicale toutcourt", precisa **Alessandro Ravecca**. Che prosegue: "Siamo convinti che la deregulation totale introdotta dal governo Monti abbia portato a squilibri



ALESSANDRO RAVECCA,
presidente

concorrenziali tra le varie forme di impresa, ma sarebbe controproducente passare da un eccesso ad un altro: nei consumatori si è consolidata una abitudine allo shopping domenicale e non si può più tornare indietro. Quello che serve, e a cui Confesercenti sta lavorando, è una proposta per una regolamentazione efficiente degli orari, che sia condivisa da tutti i rappresentanti del commercio". Secondo Ravecca, dopo sei anni di libertà totale, una marcia indietro radicale avrebbe contraccolpi dolorosi. Serve semmai una regolamentazione minima e concordata da tutti, che tenga conto delle esigenze del turismo e dei territori.

"Il problema più grande non è tanto quante domeniche e festività occorra chiudere, ma, semmai, di creare le condizioni affinché le imprese di tutte le dimensioni possano tenere aperto e gestire un mercato plurimo, con disposizioni che tutelino concorrenza, consumatori e lavoratori".

Ravecca auspica quindi poche regole ma ancor prima prospettive e condizioni per crescere e rendere più forte il comparto distributivo italiano.

viste. Alla luce di questo e di tutti i pareri raccolti in questa disamina, emerge chiaramente la preoccupazione della stragrande maggioranza degli attori di un comparto che, lungi dall'essere sacrificato sul piano delle ideologie e di un malinteso ritorno ad un presunto "passato felice", dovrebbe essere tenuto in debita considerazione nelle sue esigenze, problematiche, lamentele e proposte da parte di chi ha

il potere - come recita la Costituzione pro tempore - di decidere per il futuro degli italiani.



IDEAZIONE

PROGETTAZIONE

INSTALLAZIONE

MANUTENZIONE




FiveServices



SERVIZI SU MISURA PER LA RISTORAZIONE

FiveServices è un'azienda con soluzioni a 360° per la ristorazione: ci occupiamo della commercializzazione, installazione e manutenzione delle attrezzature per la ristorazione collettiva e commerciale. L'innovazione è il nostro core business: offriamo servizi studiati per soddisfare le esigenze di tutte le aziende che operano nell'ambito della ristorazione collettiva e commerciale. Scopri la nostra realtà multiservizio!

PROGETTAZIONE • VENDITA • INSTALLAZIONE • MANUTENZIONE • INFORMATION TECHNOLOGY



Via Giovanni Amendola, 5
20037 Paderno Dugnano (Mi)
(+39) 02 9147.6767

www.fiveservices.com
info@fiveservices.com


FiveServices





**Caselle
Open
Mall**

ONE STEP FORWARD

*A nord di Torino sta nascendo Caselle Open Mall,
il nuovo progetto firmato Aedes SiiQ. Un concept innovativo,
che apre nuove strade per il mondo del Retail.*

**VIENI A SCOPRIRLO: IL FUTURO TI ASPETTA A MAPIC.
14-16 NOVEMBRE STAND R7 C3.**

Scopri il progetto su caselleopenmall.com



AEDES SiiQ
COMMERCIAL PROPERTIES

IDEAZIONE

PROGETTAZIONE

INSTALLAZIONE

MANUTENZIONE




FiveServices

SERVIZI SU MISURA PER LA RISTORAZIONE

FiveServices è un'azienda con soluzioni a 360° per la ristorazione: ci occupiamo della commercializzazione, installazione e manutenzione delle attrezzature per la ristorazione collettiva e commerciale. L'innovazione è il nostro core business: offriamo servizi studiati per soddisfare le esigenze di tutte le aziende che operano nell'ambito della ristorazione collettiva e commerciale. Scopri la nostra realtà multiservizio!

PROGETTAZIONE • VENDITA • INSTALLAZIONE • MANUTENZIONE • INFORMATION TECHNOLOGY



Via Giovanni Amendola, 5
20037 Paderno Dugnano (Mi)
(+39) 02 9147.6767

www.fiveservices.com
info@fiveservices.com


FiveServices



I diritti delle stazioni **appaltanti**

Spetta agli enti pubblici definire gli standard di qualità dei beni e dei servizi che intendono acquistare per raggiungere i propri obiettivi, comprese le specifiche tecniche delle derrate alimentari

C. Giannone

Alcune amministrazioni che hanno in corso di svolgimento la gara per assegnare il servizio di ristorazione, si sono viste recapitare di recente un'email certificata da parte dell'"Unione italiana olio di palma sostenibile" che ha creato scompiglio. Il messaggio suona come una chiara diffida nei confronti di qualsiasi ente che limiti in qualche modo l'utilizzo di prodotti contenenti olio di palma, ledendo così i diritti delle imprese produttrici e gli interessi dei consumatori, che potrebbero subire danni alla salute come conseguenza di errate informazioni e scelte nutrizionali del tutto opinabili.

Il contenuto e il tono della lettera, hanno messo in subbuglio gli uffici competenti che, preoccupati di aver commesso errori nei capitolati, hanno interpellato i tecnici incaricati d'elaborazione delle specifiche relative alle derrate destinate ai servizi di ristorazione chiedendo un parere in merito.

Alcune stazioni appaltanti hanno addirittura sospeso le gare in



Definizione di specifica tecnica

art.1.1 Dir. 98/34/CEE

"Specificazione contenuta in un documento che definisce le caratteristiche richieste di un prodotto, quali i livelli di qualità o di proprietà di utilizzazione, la sicurezza, le dimensioni, comprese le prescrizioni applicabili a un prodotto per quanto concerne la terminologia, i simboli, le prove e i metodi di prova, l'imballaggio, la marchiatura e l'etichettatura".

corso di svolgimento, in attesa di approfondimenti. Molti si sono preoccupati del fatto che l'eventuale accoglimento della diffida da parte dei comuni avrebbe scatenato la protesta di alcuni genitori che non vedono di buon occhio l'impiego dell'olio di palma considerato dall'opinione pubblica dannoso per la salute. In realtà non è proprio così. C'è stato e continua ad esserci un acceso dibattito tra coloro che sostengono che non c'è nessun pericolo per la salute se si assume olio di palma in dosi che non superano il 10% del totale dei grassi assunti ed altri che invece non sono dello stesso arere. C'è poi chi sostiene che la coltivazione di olio di palma abbia un forte impatto negativo sull'ambiente come l'associazione Greepis che denuncia da tempo sia gli effetti negativi sulla salute degli uomini sia quelli sull'ambiente nei Paesi tropicali da dove proviene, per lo più Indonesia e Malesia. Qui infatti, l'estesa coltivazione di palme destinata all'estrazione dell'olio (non solo per l'industria alimentare, ma anche per quella dei cosmetici e del biocarburante) avrebbe sostituito altre piantagioni, compromettendo la biodiversità, e contribuendo in maniera sostanziale alla deforestazione, con le note tragiche conseguenze anche per le specie animali. Per rispondere a queste critiche alcuni soggetti privati hanno dato luogo ad una certificazione che garantisce una serie di requisiti inerenti la produzione il corretto impiego della mano d'opera. Ma, secondo alcuni studiosi, l'aspetto della sostenibilità legato all'olio di palma è poco credibile. Roberto Cazzola Gatti, biologo e docente universitario che da anni segue le vicissitudini collegate alle piantagioni di olio di palma afferma: *"Ciò che in realtà accade anche nel caso delle produzioni sostenibili è che le foreste primarie vengono tagliate e bruciate, per essere convertite in piantagioni da olio esat-*

tamente come quelle non certificate, solo che questo avviene dopo che è trascorso qualche anno dalla deforestazione illegale. Poiché nella maggior parte dei Paesi in cui si producono gli oli tropicali non esistono leggi che obblighino le autorità a redigere registri e a realizzare mappature aggiornate dei cambiamenti di uso del suolo, che possano essere utilizzati per sanzionare i tagli illegali ed evitare che un territorio inizialmente coperto da foresta possa esser trasformato in un'area agricola, è praticamente impossibile sapere se dove ora cresce una piantagione di palma 'certificata sostenibile', solo fino a qualche anno fa non ci fosse una rigogliosa foresta".



Un po' di storia

La campagna contro l'olio di palma è iniziata in Francia, ma in breve si è diffusa anche in Italia. I dubbi riguardano soprattutto l'elevato contenuto di acidi grassi saturi di questo prodotto, nonostante la sua origine vegetale. I grassi saturi, infatti, noti per aumentare il colesterolo LDL, quello cosiddetto "cattivo", e considerati quindi un possibile fattore di rischio per malattie cardiovascolari, sono tipicamente contenuti nei grassi di origine animale, come burro e strutto, mentre si ritrovano solo in piccole quantità nella maggior parte degli oli di origine vegetale, come l'olio di oliva. Un ulteriore motivo di allarme si è aggiunto nel 2016 in seguito alla pubblicazione di uno studio dell'EFSA, l'Agenzia europea per la sicurezza alimentare, secondo cui sarebbero state trovate nell'olio di palma alte concentrazioni di sostanze nocive, in particolare 3-monocloropropandiolo (3-MCPD) e 2-monocloropropandiolo (2-MCPD), tossici soprattutto per i reni e per la fertilità maschile, e tracce di glicidilesteri, degli acidi grassi (in sigla GE), potenzialmente in grado di provocare mutazioni nel DNA e quindi di favorire lo sviluppo di tumori. Nel 2011, con l'entrata in vigore del regolamento CE 1169/2011 relativo all'etichettatura degli alimenti, che impone alle aziende di indicare nel dettaglio il tipo di grasso presente nel prodotto, invece del più generico "grassi vegetali aggiunti" usato fino ad allora emerse che moltissimi dolci, la quasi totalità dei prodotti da forno, ma anche prodotti per l'infanzia come alcuni tipi di latte per neonati,

Che cos'è l'olio di palma sostenibile

Per olio di palma sostenibile si intende un prodotto dalla completa tracciabilità, che garantisca che i suoi fornitori non disboscino foreste e proteggano le specie a rischio di estinzione, rispettino i diritti umani, riconoscano i diritti dei lavoratori e combattano la corruzione. Per olio di palma "segregato" si vuole segnalare che quel determinato prodotto, per tutta la filiera produttiva, non viene mai mischiato al normale olio di palma, è di prima scelta ed estremamente controllato.

Naboo®

... il Combi che fa tendenza



- + Facile
- + Connesso
- + Esclusivo
- + Veloce
- + Efficiente

LAINOX ALI Group S.r.l. - Via Schiaparelli 15 - Z.I. S. Giacomo di Veglia - 31029 Vittorio Veneto (TV) - Italy

lainox.com

IL PARTNER LOGISTICO NUMERO UNO NEL MONDO DEL SURGELATO



STOCCAGGIO



DISTRIBUZIONE



SERVIZI CROCIERISTICI
& AEROPORTUALI



TRASPORTI FTL



TRASPORTO CARNI



SOLUZIONI LOGISTICHE

WWW.SVATGROUP.COM



Risparmio d'olio fino al 50%



Qualità garantita

Tempi ridotti

In oltre 40.000 cucine

Esperto online
Per ulteriori informazioni chiama direttamente il nostro esperto al nr. **348 2631388**



made in Germany



Via Gorizia, 14
31025 S. Lucia di Piave (TV)
Telefono: 0438 460235
info@vito.ag www.vito.ag

contenevano olio di palma. Negli anni, infatti, l'olio di palma – che nonostante il suo nome a temperatura ambiente ha consistenza solida – era andato a sostituire in molte preparazioni industriali il burro, più costoso, e le margarine, costituite allora per lo più da acidi grassi idrogenati di cui era stata riconosciuta la pericolosità per la salute. Molte aziende per far fronte alle preoccupazioni dei consumatori hanno sostituito nei loro prodotti l'olio di palma con altri grassi. Per lo stesso motivo molte amministrazioni scelgono di vietare prodotti che contengono olio di palma per gli alimenti destinati ai propri utenti... Senza avere la pretesa di dire se l'olio di palma fa male o fa bene mi preme invece capire se sia legittimo che le amministrazioni pubbliche definiscano in autonomia le caratteristiche degli alimenti che vanno a comporre il pasto per i propri utenti senza incorrere in violazioni alle norme vigenti.

Concretamente vediamo alcune specifiche contenute in uno dei capitolati contestati:

"...Per quanto riguarda i biscotti le materie grasse accettate sono burro, oli vegetali non idrogenati, ad esclusione dell'olio di palma...", e ancora "biscotti primi mesi solubili e prima

infanzia. "È vietato

l'uso di emulsionan-

ti o qualsiasi mar-

garina

o



strutto raffi-

nato, non che di oli

grassi idrogenati alimentari e olio di palma...". Si prosegue con... "prodotti dolci da forno le materie grasse accettate sono: burro, oli vegetali non idrogenati, ad esclusione dell'olio di palma", e, per finire... "biscotti primi mesi solubili è vietato l'uso di emulsionanti o di qualsiasi margarina o strutto raffinato, nonché di oli e grassi idrogenati alimentari e di olio di palma".

Secondo l'Unione italiana olio di palma sostenibile le limitazioni citate poc'anzi che non trovano alcuna giustificazione sotto il profilo medico giuridico sostenendo che ne nessuna autorità o ente od organizzazione (mondiale, europea o nazionale) ha mai adottato alcun provvedimento per eliminare l'olio di palma dai prodotti alimentari affermando che questo ingrediente sia dannoso per la salute ne ha mai limitato l'uso in via precauzionale e nemmeno le linee di indirizzo nazionale per la ristorazione scolastica contengono alcuna indicazione contraria all'utilizzo di oli di palma. L'Istituto Superiore di Sanità a seguito interrogato in merito dal Ministero della salute ha avuto modo di osservare che non ci sono evidenze scientifiche

Che cos'è la Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)

La RSPO è un'associazione senza fini di lucro che unisce tutti i soggetti interessati, provenienti da sette settori coinvolti nella filiera dell'olio di palma: produttori, trasformatori o esportatori di olio di palma, produttori di beni di consumo, aziende attive nella grande distribuzione, banche e investitori, ONG ambientali e ONG attive nel settore sociale e dello sviluppo.

che attestino che l'olio di palma sia nocivo. Il problema non riguarda solo la salute ma anche l'impatto che la produzione ha sull'ambiente e sullo sfruttamento del lavoro. Secondo l'unione italiana olio di palma sostenibile queste limitazioni creano distorsioni della concorrenza quindi invita la pubblica amministrazione ad applicare i principi europei e nazionale in materia di contratti pubblici e ad orientare il proprio comportamento verso meccanismi che tutelino la libera concorrenza.

Facciamo un po' di chiarezza

L'articolo 68 del Codice degli appalti recita: "Le specifiche tecniche indicate al punto 1 dell'allegato XIII sono inserite nei documenti di gara e definiscono le caratteristiche previste per lavori, servizi o forniture". Tali caratteristiche possono inoltre riferirsi allo specifico processo o metodo di produzione o prestazione dei lavori, delle forniture o dei servizi richiesti, o a uno specifico processo per un'altra fase del loro ciclo di vita anche se questi fattori non sono parte del loro contenuto sostanziale, purché siano collegati all'oggetto dell'appalto e proporzionati al suo valore e ai suoi obiettivi. Quindi le stazioni appaltanti hanno la facoltà di definire le specifiche tecniche che sono più appropriate per raggiungere l'obiettivo prefissato. Anche ANAC nel Parere di Preconvenzioso n. 58 del 22/4/2015, afferma che le specifiche tecniche molto dettagliate, non sono discriminatorie se risultano presenti sul mercato diverse linee merceologiche dello stesso prodotto, tutte in grado di soddisfare specifici standard funzionali (nel box a pag. 29 in alto viene riportata la definizione di specifica tecnica). Secondo il ragionamento dell'Unione italiana olio di palma sostenibile dovrebbero protestare tutte le aziende i cui prodotti sono esclusi dalla fornitura perché non previsti dal capitolato per esempio i produttori di stoviglie di plastica, i produttori di formaggi, i produttori di olio di oliva ecc... la lista sarebbe lunghissima. La domanda che molti si faranno a questo punto è: cosa fare di fronte a messaggi intimidatori come quello preso oggi in considerazione?... Semplicemente rispondendo che è prerogativa della stazione appaltante definire gli standard di qualità dei beni e dei servizi che intende acquistare per raggiungere i propri obiettivi comprese quindi le specifiche tecniche delle derrate.

La Crostatina: il dolce italiano più classico oggi è **senza glutine**



Dall'esperienza di Dr. Schär, nasce la classica merendina di pasta frolla alle **nocciole** e all'**albicocca** garantita gluten free. Ideale sia per la merenda che per una golosa colazione soddisfa le esigenze e il palato di chi deve escludere il glutine dalla sua dieta.



DrSchär Foodservice

Tel. +39 0473 293595, foodservice.it@drschaer.com, www.drschaer-foodservice.com



Best in Gluten Free



La corsa al **delivery**

Crescono, da nord a sud d'Italia, numero di ordini effettuati, di ristoranti affiliati, di piatti offerti e di rider impiegati nella consegna di cibi e bevande acquistati attraverso le App

di M. L. Andreis

Il food delivery rientra ormai a pieno titolo tra i pilastri del settore alimentare, e del fuoricasa in senso lato. Se infatti è vero che la consegna a domicilio è gioco forza legata principalmente a un consumo di piatti e pietanze tra le mura domestiche, è indubbio che ad avvantaggiarsene sono migliaia e migliaia di ristoranti che li preparano prima che vengano consegnati da nord a sud dello Stivale da figure che, specie nei grandi centri urbani, ormai sono diven-

tate familiari: i rider. In sella a biciclette e scooter ne saettano in Italia migliaia (a volte anche in modo un po' spericolato), anello fondamentale di una catena che ha saputo coniugare vecchi e nuovi modelli di business: la passione per il cibo degli italiani con i nuovi strumenti digitali, il tutto condito con sistemi organizzativi capaci (nel bene o nel male) di abbattere il costo del lavoro. Protagonisti e motori di questa rivoluzione alcune piattaforme

web che hanno creato network capaci di intercettare un numero crescente di utilizzatori – complice la digitalizzazione del consumo – arrivati a 7 milioni nel 2017 e a 4,5 nei soli primi sei mesi del 2018. Nel mercato italiano la concorrenza è sempre più agguerrita: tra le piattaforme storiche troviamo la danese **Just Eat**, che, nata nel 2001, in Italia è cresciuta anche per vie orizzontali, attraverso una politica di acquisizioni mirate (e milionarie): **Clikeat.it**

nel 2011, **Cliccaemangia** e **DeliveRex** nel 2015, **HelloFood Italia** e **PizzaBo** nel 2016. Nel 2015 è poi arrivata **Deliveroo**, e nel 2016 la tedesca **Foodora** (in vendita ora in Italia, Olanda, Francia e Australia), **Uber Eats** (spin off della nota piattaforma Usa di trasporto automobilistico privato) e la spagnola **Glovo** (che consegna in realtà molte categorie di merci, alimentari e non, al di sotto di 9 kg di peso). Il successo clamoroso dei big ha stimolato le

I CIBI VIA APP PREFERITI IN ITALIA

(giugno 2017 vs giugno 2018)

1. Pizza
2. Hamburger
3. Giapponese
4. Cinese
5. Panini e Piadine ↑
6. Italiano ↓
7. Pollo ↑
8. Indiano ↓
9. Dolci ↑
10. Messicano (NEW)

new comer, con la fioritura di una miriade di start up: **Sprig**, **Sgnam/MyMenu**, **Foodinho**, **Diet to Go**, **Alfonsino**, **Foodexd**. In un mercato ad alta concentrazione e molto concorrenziale, ciascuna ha cercato un proprio spazio, chi puntando su orari di consegna dilatati, chi su prodotti emergenti (salutisti in primis), chi sul trasporto di cibi fatti in casa.

Sotto il profilo della consegna, ci sono due differenti modelli: da un lato chi, come Just Eat, funziona da intermediario, dando visibilità ai ristoranti, lasciando però a loro la consegna degli ordini, senza offrire il servizio con una propria rete di fattorini. Che sono invece caratteristica distintiva di quasi tutti gli altri big, dotati di proprie "flotte" anche se non legate da un rapporto di lavoro subordinato, come noto e al centro delle polemiche. Che sono destinate a infiammarsi, in previsione del preannuncio provvedimento del Governo a tutela di una categoria assunta a emblema della cosiddetta "gig economy", fatta di quella miriade di "lavoretti" (se ne calcolano circa un milione in Italia), più o

meno precari, che contraddistinguono il mercato del lavoro attuale.

Numeri e trend

Ma qual è il piatto più trasportato? Ce lo dice, con un buon grado di scientificità legato alla posizione di forza acquisita nel mercato tricolore, la seconda *Mappa del cibo a domicilio in Italia* realizzata da Just Eat. Un survey che analizza food trend, abitudini e comportamenti generazionali e geografici lungo lo Stivale, e dal quale emerge, intanto, che il valore del comparto in Italia si attesta, considerando sia gli ordini online che offline, intorno ai 3.2 miliardi di euro all'anno. In particolare, il digitale rappresenta oggi circa il 7% (mentre ancora il 93% resta offline), ma con un potenziale pari a 10 milioni di italiani propensi a effettuare l'ordinazione online. Non per nulla il mercato è in continua espansione sotto tutti i punti di vista: numero di ordini, varietà dei piatti disponibili e reti di ristoranti affiliati. Questi ultimi, cresciuti di oltre il 40%, sono ormai più di 9.300, distribuiti in quasi 900 comuni italiani, un risultato tanto più interessante in quanto conseguito anche mediante un'espansione territoriale che dal Nord, apripista, ha visto aumentare del 44% questa modalità di consumo di cibo anche al Sud.

Realizzata su un campione rappresentativo di 15mila utenti di ambo i sessi di età compresa fra i 18 e i 55 anni in 20 città, e sulla base delle ordinazioni in oltre 6.000 ristoranti partner, la mappa evidenzia come le pietanze più ordinate, dopo la best



DELIVEROO

Deliveroo nasce nel 2013 a Londra, dove ha sede il quartier generale. A fondarlo sono **William Shu** e **Greg Orlowski**. Oggi collabora con oltre 50mila ristoranti partner e 50mila rider, "per offrire la migliore esperienza di food delivery al mondo" in oltre 500 città di 13 Paesi: Italia, Australia, Belgio, Emirati Arabi, Francia, Germania, Hong Kong, Irlanda, Olanda, Regno Unito, Singapore, Spagna e Taiwan. Nel Belpaese, dove il servizio è partito a Milano nel novembre 2015, oggi è attivo per oltre 5mila ristoranti in 29 città, nelle quali operano cinquemila rider, tutti dotati di "safety kit".

"La consegna del cibo con Deliveroo è a carico di chi lo ordina. Il costo può variare in funzione della distanza tra il ristorante e il cliente ma spesso viene assorbito dalle numerose promozioni".

Milano è ancora oggi la città più ricettiva: qui la piattaforma effettua il maggior numero di consegne. Ma anche altre città registrano incrementi significativi: dalle più importanti e consolidate come Roma o Firenze, alle più recenti, Cagliari e Trento.

Le sere del venerdì, del sabato e della domenica sono i momenti di maggiore richiesta.

"Vanno forte anche i pranzi in ufficio, disponibili in tutte le 29 città dove siamo presenti (con l'offerta dedicata alle imprese, Deliveroo for Business, accanto agli altri due nuovi servizi: Virtual Brand e Marketplace+) e le prime colazioni, attive a Milano e Firenze. Ultima delle sorprese la consegna, fino alle 5 di mattina: per ora possibile solo nel capoluogo lombardo, presto sarà attivata anche altrove".



MATTEO SARZANA,
general manager Italia



mytec.com
GLOBAL SOLUTIONS FOR HOSPITALITY

MytecOne
sistemi evoluti di cassa

MyDigitalMenuBoard
web app, menu e media su monitor

MyKiosk
vendita e pagamento automatico

MyCash
incasso contanti, resto in 8 secondi

MyBusiness
costi, ricavi, margine immediato

**Soluzioni complete per
punti vendita singoli,
catene dirette e
in franchising**



info@mytec.com - t. +39 0399466362

GLOVO

Glovo è una piattaforma multi-categoria di consegne a domicilio on demand. La società, fondata nel 2015 a Barcellona, opera nel settore dell'“anything delivery”: dalla spesa ai farmaci, dai fiori ai libri a ogni bene di consumo legalmente acquistabile e trasportabile, anche se il food rappresenta una parte significativa del business dell'app iberica, che a livello internazionale è presente in 20 Paesi e 76 città. In Italia arriva nel 2016 e oggi opera a Milano, Roma, Monza, Catania, Palermo, Firenze, Bologna, Verona, Genova, Torino, Padova e Bari (in ordine di apertura). In queste 12 città ha oltre duemila esercenti partner, 215 dipendenti e una rete di circa 1.600 glover (rider) per un totale di 50mila clienti attivi ogni mese.

Glovo fornisce ai propri partner un servizio di e-commerce delivery, una vetrina digitale che agevola la vendita e la consegna a domicilio a clienti nuovi o già esistenti. *“Ogni collaborazione è costruita ad hoc, a partire da un modello di base per cui a ciascun partner, per l'uso della piattaforma, viene trattenuta una percentuale variabile sugli ordini. Per gli utenti, invece, il costo dell'ordine viene incrementato di una piccola percentuale per la consegna, che varia, a seconda della distanza e del genere di prodotto trasportato, da zero a 4,90 euro”*. I picchi per il food si registrano nei weekend, nelle pause pranzo e all'ora di cena, mentre ad esempio, per la spesa al supermercato, il maggior numero di ordini si concentra tra le 12 e le 18.

Overall i piatti più ordinati sono burger e sushi. Si nota comunque una certa regionalità nei consumi, sia in termini di cibi ordinati sia di orari: *“Tendenzialmente, eccezion fatta per Milano, al Nord si tende a pranzare e cenare nelle fasce 12,30-14 e 19,30-21, al Centro l'orario si sposta in avanti di circa mezz'ora e al Sud di un'ora”*.



MATTEO PICHI,
country manager Italia

che l'healthy food e il “giappo”. Bene anche il libanese (+112%). Andando di città in città, a Milano va forte la cucina gourmet (+780%) e quella salutista, come dimostra il boom del pokè, la “scodella” hawaiana con insalata, pesce a cubetti e condimenti.

A Torino fa un balzo clamoroso la gastronomia (+1223%) e il nigiri al salmone mentre a Brescia s'impenna il consumo dei panini (+360%), in particolare con la cotoletta. Scendendo sotto il Po, i bolognesi chiedono più prodotti di rosticceria (su del 292%), con arancini al ragù in cima alle preferenze; a Firenze piacciono sempre più il medio-orientale (+740%) e la focaccia laziale pinsa (+540%), mentre a Roma lievitano le ordinazioni di gelato (+296%) e panzerotti. A Napoli, invece, s'infiama la passione per il panuozzo (+473%) e per i piatti a base di pollo e cinese, laddove tra i baresi cresce la voglia di pollo, di fritto (+417%) e di uramaki, e tra i catanesi i piatti della cucina italiana (+213%), con il botto delle casarecce alla Norma, piat-

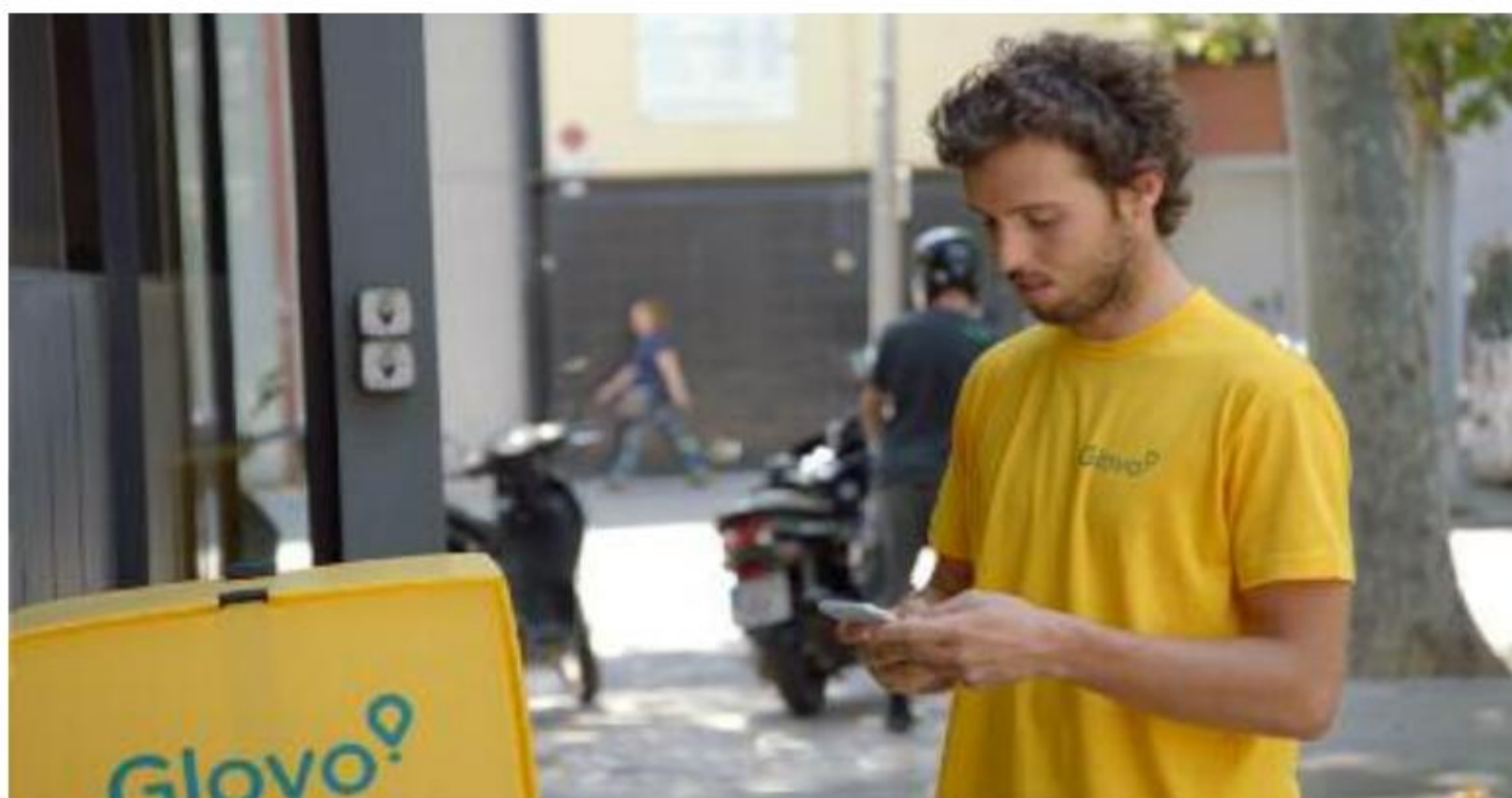
to simbolo della gastronomia siciliana, e il salto in avanti di involtini primavera e brioche con gelato. Nell'altra maggiore isola italiana, a Cagliari, è invece il sushi che mette a segno un clamoroso +702%.

Se nel survey di Just Eat gli uomini battono 55 a 44 le donne nel ricorso al servizio di consegna via app, e risultano più propensi a sperimentare (13%), le seconde si dimostrano più fedeli, soprattutto al giapponese (15%). Regna l'accordo però quando si tratta di indicare il momento preferito dell'ordinazione web: il finesettimana.

Comodità, facilità dell'ordine online e ampia scelta: il digital food delivery piace a tutti ma sono gli impiegati ad ordinare via device di più (39%), seguiti da studenti (33%) e liberi professionisti (14%). Proprio questi ultimi rappresentano, con il 19%, anche la categoria che investe maggiormente in cibo a domicilio e a cui piace cambiare di più (18%), essendo al contempo quella costituita dai consumatori più attenti all'apporto salutare dei cibi, preferendo il genere

seller pizza, sono, nell'ordine: hamburger, giapponese, cinese, panini e piadine, italiano, pollo, indiano, dolci e messicano (Tabella a pagina 38). La novità più importante nel confronto 2017 vs 2018 è l'ingresso di quest'ultima cucina, nonché la richiesta di cibi semplici e veloci, come i panini e il pollo, e golosi, come i dolci.

In generale, si rafforza l'amore per il made in Italy, gastronomia e rosticceria in testa, che mettono a segno exploit addirittura a tripla cifra: rispettivamente +446% e +429%; sugli scudi an-



healthy, seguito dal giapponese. Sotto il profilo anagrafico, invece, sono i millennials (60%) il gruppo che predilige maggiormente ordinare cibo online, seguiti dagli adulti e dalle famiglie (35%), che crescono rispetto al 2017 del 14%.

Te la do (anche io) la consegna

Sullo sfondo, l'importanza del delivery l'hanno fiutata e compresa ormai tutti gli operatori del mercato, anche alla luce della preferenza ad esso accordata

ci spiega **Dario Baroni**, chief marketing officer della costola italiana del colosso Usa del panino espresso. Che aggiunge: *"L'espansione proseguirà anche nel 2019"*.

I prodotti più richiesti a domicilio sono i *Chicken McNuggets* e il menu *Crispy McBacon*. *"In generale"*, aggiunge il manager, *"notiamo una predilezione per i nostri grandi classici. Ma riscuotono successo anche i dessert, specialmente il McFlurry"*. È la sera il momento in cui il servizio viene più usato dai consumatori: durante l'orario della



dalle giovani leve. Basti pensare che la principale catena di ristoranti (anche) in Italia, **McDonald's**, sta attivando la consegna a domicilio, battezzata *McDelivery*, nei suoi oltre 570 negozi della Penisola, di cui 341 con corner **McCafé** e 342 con pista *McDrive*, che ogni giorno ospitano 945mila clienti. In Italia il servizio è attivo al momento in oltre 35 città e 160 ristoranti, in grado di coprire un'area di consegna di 3 km dal punto vendita. Attualmente, la percentuale di vendite generate dal *McDelivery* è pari al 5%, un dato in costante crescita.

"Entro fine 2018 estenderemo il servizio a circa 200 ristoranti",

cena si registra il 60% delle vendite. Seguono il pranzo (23%) e lo snacking (13%). Nell'arco della settimana si assiste a un crescendo del numero d'ordini giornalieri, dal lunedì alla domenica, con i picchi registrati durante il weekend, in particolare la domenica, chiusure domenicali del commercio permettendo (si veda l'articolo a pagina 37).

"L'ordinazione e il pagamento avvengono tramite le piattaforme dei nostri partner: Deliveroo, Uber Eats e Glovo. Ciascuno dei ristoranti che offre il delivery vede infatti attive una o più di queste app, a cui ci appoggiamo per effettuare la consegna dell'ordine", chiosa Baroni.



JUST EAT

Just Eat è l'app "leader per ordinare online pranzo e cena a domicilio in tutta Italia e nel mondo", sottolinea la neo marketing director per l'Italia della piattaforma nata in Danimarca nel 2001. Che oggi è attiva in 13 mercati nel mondo, ha 24 milioni di utenti e 93.700 ristoranti partner: al 31 luglio 2018 raccoglieva oltre 104,4 milioni di ordini per un fatturato pari a 358,4 milioni di sterline. Nel Belpaese è presente dal 2011 e attualmente conta su oltre 9.700 ri-



MONICA PAOLUZZI,
marketing director Italia

storanti affiliati in più di 900 comuni. Il rapporto con i partner segue due diverse soluzioni di accordo, a seconda che il locale effettui già il servizio di consegna oppure che gli venga fornito tramite società di logistica esterna, tenute a usare i materiali forniti da Just Eat, che affida loro il servizio di delivery. Non ci sono costi fissi, ma una commissione su ogni ordine a carico dei pdv partner, cui vengono forniti i materiali di comunicazione oltre ai servizi di marketing attraverso attività online e offline: dall'email marketing alla costruzione di un sito web gratuito, alle affissioni nelle principali città. Non solo: *"Un ruolo sempre più importante lo gioca l'utilizzo dei big data, cioè delle informazioni utili a fornire ai ristoranti consigli e indicazioni su come gestire al meglio il business delle consegne a domicilio: dalla struttura ottimale per il menu all'identificazione dei prodotti più venduti e delle aree a maggior potenziale, o ancora, alla combinazione ideale di promozioni, orari e prezzi dei prodotti"*.

Il costo della consegna viene stabilito dal ristorante partner ed è a carico del cliente, ma non di rado è gratis grazie alle promozioni.

"Puntiamo ad allargarci su tutto il territorio italiano sfruttando anche l'innovazione: basti citare le consegne con i robot a Londra e la partnership appena siglata con Amazon, che vede la presenza della piattaforma come skill dell'intelligenza artificiale Alexa, per ordinare via voce!".

Biciclette, smartphone e carburante sono strumenti che vengono gestiti direttamente dai delivery partner di Just Eat con i propri collaboratori. Nondimeno, la piattaforma, che controlla il rispetto delle normative (a partire da quella sulla sicurezza) e l'impiego sostenibile e virtuoso delle risorse, in vista di eventuali cambiamenti normativi sul tema delle tutele, è aperta al confronto con tutte le istituzioni, *"a protezione dei lavoratori e per favorire la crescita del mercato"*.

L'Italia *della* Ristorazione

**Annuario
2018**

I nomi di tutti i dirigenti e i dati di fatturato degli ultimi anni delle aziende
che operano nel nostro mercato, suddivise per categorie:

- Ristorazione collettiva
- Ristorazione commerciale e in concessione
- Ristorazione on board
- Buoni pasto
- Associazioni di categoria
- Società di consulenza e progettazione
- Foodservice equipment
- Appuntamenti fieristici

acquista la tua copia!



per info:

Edifis SpA - Tel. 02 3451230 int. 226
pubblicita@edifis.it

Nuovi traguardi per Conor

Sostenibilità, qualità, coscienza sociale: sono questi i pilastri sui quali si fonda l'impegno di Conor che ottiene un'ulteriore certificazione, lo standard SA8000



Sviluppo sostenibile, tutela delle risorse naturali e inclusione sociale sono tre temi e spunti di riflessione che **Conor**, società specializzata nella commercializzazione di prodotti ortofrutticoli e facente parte del gruppo Agribologna, ha a cuore. Infatti, l'azienda, a fronte di uno sviluppo sia a livello nazionale che internazionale attestato da un +26% nei volumi dell'ultimo triennio, ha deciso di investire in programmi di certificazione volontaria per promuovere un ambiente di lavoro sereno, per tutelare le risorse umane, l'ecosistema e per supportare la qualità del prodotto. Primo tra tutti, l'adeguamento ai requisiti dello standard **SA8000**. L'ottenimento del relativo certificato rappresenta per Conor il completamento di un percorso volto a coniugare la competitività aziendale con il rispetto dei diritti dei lavoratori. Aderendo allo standard SA8000, Conor si impegna a non utilizzare o sostenere l'impiego di lavoro infantile, a non favorire né sostenere il "lavoro forzato e obbligato", a garantire un luogo di lavoro sicuro e salubre, a rispettare il diritto dei lavoratori ad aderire alle Organizzazioni Sindacali, a non effettuare alcun tipo di discriminazione, a trattare tutto il personale con dignità e rispetto attraverso una corretta gestione delle procedure disciplinari, ad adeguare l'orario di lavoro alle leggi e agli accordi nazionali e locali, a retribuire i dipendenti rispettando il contratto collettivo nazionale di lavoro e quello integrativo aziendale.

La salute e la sicurezza dei lavoratori sono anche il cardine dello standard **BS OHSAS 18001**, la cui certificazione è stata ottenuta da Conor nel 2016. BS OHSAS identifica i requisiti e le politiche per la tutela dei lavoratori in linea con la normativa vigente, basandosi sui pericoli ed i rischi potenzialmente presenti sui posti di lavoro. Per garantire uno standard qualitativo elevato e migliorare in maniera efficace e continua le prestazioni è stato opportuno adottare un modello organizzativo che integri i processi

e la condivisione delle esperienze dei singoli: dal 2000 Conor ha intrapreso il percorso di certificazione **ISO 9001**. L'implementazione delle procedure nel corso degli anni ha consentito un miglioramento continuo in termini di processi aziendali e incrementato la capacità di soddisfare le esigenze e le aspettative dei clienti attraverso una migliore conoscenza e controllo dell'azienda.

La ristorazione tra biologico e Fairtrade

Il comparto della ristorazione traina la crescita di Conor, rappresentando l'80% del fatturato aziendale.

Parallelamente alla crescita nei volumi, con gli anni si è registrata una graduale evoluzione dei consumi nelle varie sottocategorie della ristorazione verso il prodotto biologico. Conor ha scelto di assecondare i bisogni dei propri clienti, con i quali ha instaurato un rapporto di partnership, certificando sin dal 2006 lo stabilimento principale di Bologna, per poi proseguire l'iter di certificazione nelle proprie filiali e piattaforme controllate, al fine di garantire un sistema capillare di distribuzione del prodotto biologico ai propri clienti su tutto il territorio nazionale.

Agricoltura biologica non è solamente un metodo di coltivazione e di allevamento che ammette esclusivamente l'impiego di sostanze naturali, escludendo quelle di sintesi chimica e l'utilizzo di OGM e derivati, supportando la biodiversità delle specie coltivate, ma significa anche promuovere un modello di produzione che eviti lo sfruttamento eccessivo delle risorse naturali (suolo, acqua e aria) affinché possano durare nel tempo.

Anche la scelta di ottenere la certificazione **Fairtrade**, nasce dalla volontà di creare una filiera sostenibile, dove il rapporto tra il produttore, i lavoratori più svantaggiati da territori in via di sviluppo (Centro – Sud America, Africa e Sud – Est asiatico) ed il consumatore finale possa essere più bilanciato.

A completamento delle certificazioni, Conor dal 2010 ha aderito allo **standard IFS** (International Food Standard) LOGISTIC. Si tratta di uno standard di sicurezza alimentare riconosciuto internazionalmente che si applica nel settore dei servizi logistici in relazione alla qualità e alla sicurezza del prodotto.

CONOR

CONOR S.r.l.

Via delle Viti, 5 - 40127 - Bologna
Tel. +39 051 9941111 - Fax. +39 051 19936796
info@conorsrl.it - www.conorsrl.it

BARTù2018

Bar | Alberghi | Ristoranti

A un anno dal successo di Follow Artù, *Edifis Eventi* promuove **BARTù 2018**: due giorni di incontri, due convegni plenari, tavole rotonde, decine di relatori, sponsor d'eccezione, le associazioni più rappresentative del settore, un prestigioso Gala Dinner... Un grande evento dedicato al tema della **PASSIONE**, valore fondamentale per ogni performance positiva e vincente, declinato attraverso le diverse tipologie di offerta del B A R ovvero **Bar, Alberghi, Ristoranti**.

B A R: l'**HoReCa** italiano di cui BARTù è l'autorevole e indiscusso portavoce.



BARTù2018

lo stato dell'arte di **Bar, Alberghi e Ristoranti**,
attraverso le testimonianze dei PROTAGONISTI del settore

HANNO GIÀ ADERITO:



IN COLLABORAZIONE CON



20 e 21 Novembre 2018

HOTEL MELIÀ - Via Masaccio, 19 - Milano

la passione

MARTEDÌ, 20 NOVEMBRE

- ✓ **BAR, ALBERGHI, RISTORANTI: DIVERSIFICARE CHE PASSIONE**
- ✓ LE MILLE FORME DEL BAR
- ✓ RISTORANTE IN ALBERGO, LA PASSIONE INDISPENSABILE
- ✓ HOTEL, QUANDO LA PASSIONE CREA DESTINAZIONE
- ✓ CONFERENZA SUL NEUROMARKETING, RICONOSCERE IL CLIENTE DALLA PASSIONE

MERCOLEDÌ, 21 NOVEMBRE

- ✓ **BAR, ALBERGHI, RISTORANTI: SERVICE, FACCIAMOLO DIVENTARE SAPIENS**
- ✓ MATERIE PRIME, PASSIONE, COSTI, FATTIBILITÀ
- ✓ MIXOLOGY: MODA, TENDENZA O DOMANDA DEL MERCATO?
- ✓ CAFFÈ, PASSIONE PER L'ESPRESSO, E POI?
- ✓ VINO, QUALE FUTURO NEI BAR, ALBERGHI, RISTORANTI

GALA DINNER E PREMI ALLA PASSIONE (su invito)



Veuve Clicquot

■ REIMS FRANCE ■



bartu@edifis.it
bartumagazine.it



Solo per i lettori più esigenti...



...Ristorando va sempre al cuore delle cose



10 numeri per 1000 pagine all'anno di news e indagini di settore in Italia, Europa e nel mondo, ampi dossier sui principali segmenti di mercato, interviste ai protagonisti della ristorazione, analisi del quadro normativo e fiscale di riferimento, monitoraggio completo degli appalti della ristorazione collettiva, attività delle associazioni di categoria, il listino prezzi aggiornato dei prodotti biologici, il calendario delle principali fiere del settore e molto altro ancora.



Per informazioni: Edifis Spa, Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano -
Tel. 023451230 - fax 02 3451231 - e-mail: info@edifis.it - www.edifis.it

Cambio di passo in cucina

Con il VarioCookingCenter, Rational rivoluziona la preparazione dei pasti nei centri cottura: il caso di Suor Teresa di Concordia



VarioCookingCenter di **Rational** sta cambiando il modo di cucinare nei centri cottura. Si potrebbero spendere tante parole per raccontare caratteristiche e vantaggi derivanti dall'impiego di questa apparecchiatura ma nulla è più idoneo della testimonianza di chi ne fa uso quotidianamente.

È il caso di **Piero Comerio**, responsabile del centro cottura **Suor Teresa di Concordia SCS**, con sede a Retorbido (PV), che ci racconta quante cose sono cambiate dopo l'inserimento in cucina del prodotto della multinazionale dell'equipment.

"Io dico sempre che 'faccio il cuoco', anche se in realtà non ho una formazione professionale, solo tanta passione e l'esperienza che ho accumulato negli anni", esordisce il capo chef della struttura, che è diventata a tutti gli effetti un centro di cottura nel 2017 ma è attiva già da oltre 20 anni come servizio ristorazione, assunta nel tempo a punto di riferimento per la preparazione, il confezionamento e la veicolazione dei pasti presso realtà residenziali, comunitarie, scolastiche e domiciliari dell'area. Basti dire che qui oggi si preparano circa 650 pasti al giorno, sette giorni su sette: si parte alle 6 del mattino, in modo da permettere la consegna per il pranzo, a partire dalle 11, dei pasti, che oltre ad essere variegati, comprendono alternative speciali e tengono conto di diete particolari.

Di qui l'esigenza di ottimizzare il lavoro, per preparare piatti diversi, destinati a posti diversi, ma nello stesso lasso di tempo. *"Noi in cucina siamo in 6. Anzi, a dire la verità siamo in 9 perché ci sono anche Tommaso, Pasquale e Marta: i due SelfCookingCenter e il VarioCookingCenter, le nostre attrezzature Rational. Gli abbiamo dato un nome perché sono a tutti gli effetti dei 'colleghi' di lavoro",* scherza il cuoco. Che riprende: *"Rational è stato per noi un investimento, ma ne abbiamo intravisto le possibilità e non ci siamo sbagliati: abbiamo assistito a una dimostrazione tenuta dagli chef dell'azienda e ci siamo innamorati subito del prodotto, oltre ad essere ingrassati per tutti gli assaggi che abbiamo provato quel giorno".*

Tempi ottimizzati

Secondo Piero Comerio, le attrezzature Rational hanno decisamente cambiato il lavoro in cucina: oltre al fatto di aver ottimizzato i tempi, ora il capo cuoco e i suoi collaboratori possono unificare i menu: *"Capitava che il giorno che dovevo preparare la pasta per l'asilo non riuscivo a prepararla anche per la casa di riposo perché avevo le attrezzature occupate. Il VarioCookingCenter ci ha permesso di superare questa problematica: oggi posso cucinare 20 kg di pasta in un'unica volta e in un'unica macchina. Senza contare che non devo più fare fatica per scolare dai singoli pentoloni: grazie alla funzione AutoLift si scola da sé".*

Altro aspetto apprezzato dal team del centro Suor Teresa è la funzione della cottura notturna, che può essere sfruttata per alcune preparazioni, diminuendo così il carico lavoro durante il giorno. Ciò è particolarmente utile per alcuni prodotti che necessitano di cotture lunghe. Basti un esempio: *"Prima di utilizzare VarioCookingCenter, non avevo mai potuto servire la lonza arrosto nelle case di riposo. Con la cottura notturna ora posso farlo, ottenendo un prodotto molto tenero, perfettamente cotto e non troppo asciutto".*

Lungi infatti dall'essere "da ospizio", i menu comprendono molti piatti tipici del territorio, come brasati, stufati e spezzatini, oltre a diverse zuppe, paste e risotti, fatti con prodotti di qualità e di stagione. Tutti piatti cotti a puntino e saporiti nonostante lo stoccaggio e la veicolazione. Senza contare la rapidità: oggi, in soli 30 minuti, il capo cuoco prepara 150 porzioni di frittata: *"Un grande ausilio, soprattutto per i pasti destinati alle scuole",* chiosa Comerio.



Rational Italia S.r.l.

Via Impastato, 22 - 30174 Mestre (VE)
Tel. +39 041 8629050 - Fax +39 041 5951845
info@rational-online.it - www.rational-online.com

Ogni Giorno, dal 1987

B I O R I S T O R O

I T A L I A

UN

progetto

DI VITA

*BioRistoro Italia è una realtà affermata
tra le più accreditate aziende nel mondo
della ristorazione collettiva,
come dimostrano le tante certificazioni
UNI EN ISO che ne riconoscono
la Qualità del servizio.*

BIO
RISTORO
ITALIA

bioristoroitalia.it

La crescita **è servita**

Anticiclico durante la Grande crisi e in costante sviluppo, il comparto della ristorazione è un volano su cui contare e puntare. Ieri, come oggi, e soprattutto domani

di M.L. Andreis



A fronte di consumi generali in crescita dell'1,6% nel 2017 rispetto all'anno prima, il settore del fuoricasa ha registrato una progressione del 3,7%: il 120% in più, il che lo conferma non solo tra quelli anticiclici ma più in espansione negli ultimi anni, come bene evidenziato in Figura 1 a pag. 50, dove la Ristorazione si trova accanto a Servizi, Ricreazione e cultura, Abitazione, Sanità e Beni e servizi vari nel quadrante che registra espansione negli ultimi 16 anni. E non è tutto: il fuoricasa è il primo comparto per creazione di posti di lavoro

da tre lustri in qua, con un aumento del 50% dell'occupazione, come si vede bene in Figura 2.

Sono, questi, due tra i dati salienti emersi nel corso di **Ristorazione 2018** nella relazione del capo Ufficio Studi della **Fipe, Luciano Sbraga**, risultato dell'indagine intitolata "Il mercato della ristorazione e i suoi scenari evolutivi": una disamina ricca di numeri, trend e previsioni relativi a tutti i settori della ristorazione moderna, da cui è emerso chiaramente il ruolo fondamentale che riveste nell'economia nazionale e la



Dinamicità e resilienza dei consumi

Fig. 1

variazione percentuale dei consumi delle famiglie 2017/2001 (X) e 2017/2007 (Y)

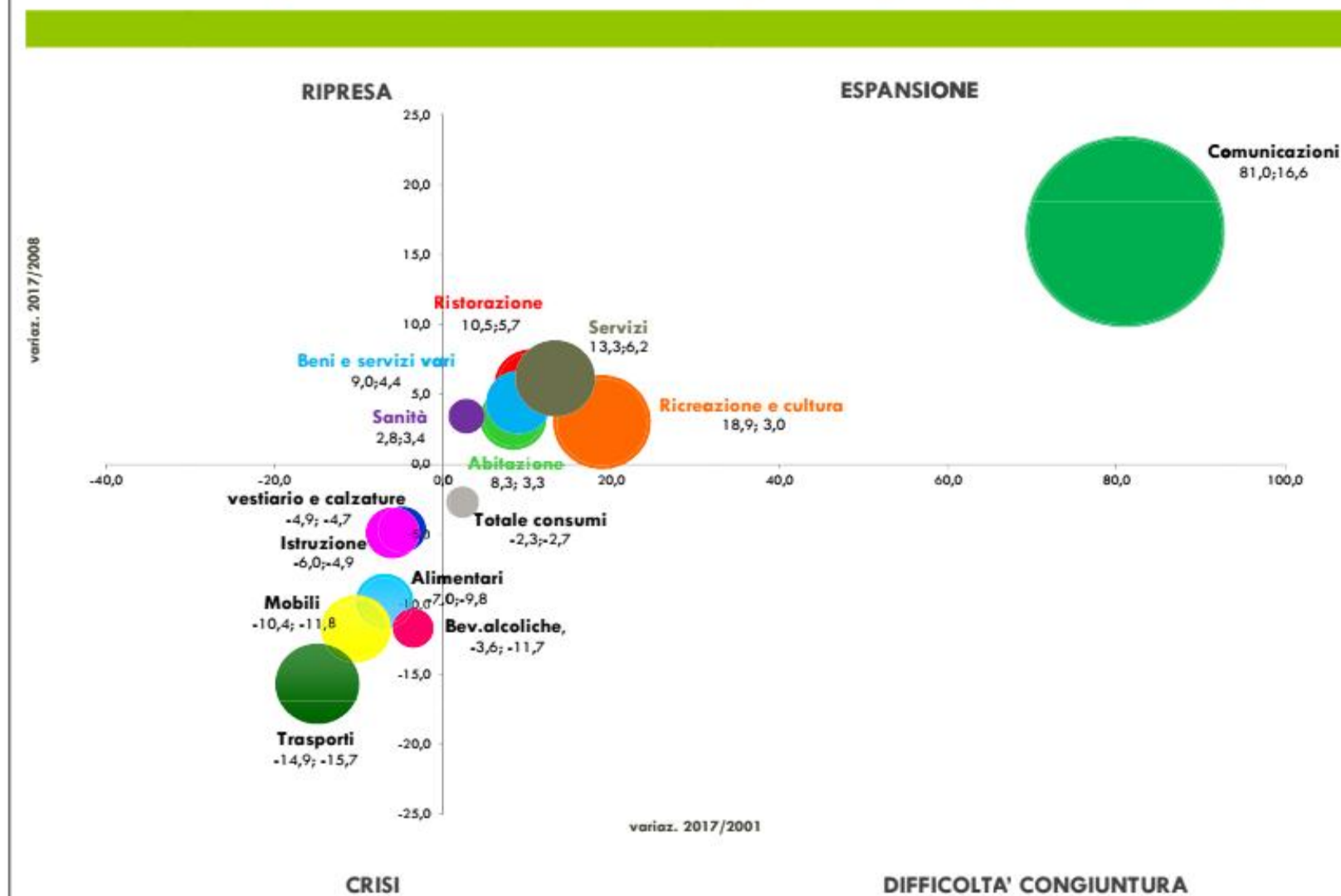


Figura 4, ci sono due grossi periodi da considerare: il primo va dall'anno dello scoppio della Grande crisi al 2013, e vede l'esborso degli italiani per mangiare away from home mantenersi sostanzialmente stabile fino al 2011 per poi crollare nel 2012 e nel 2013, determinando una contrazione complessiva del 2,3% nel periodo; il secondo comincia nel 2014 e vede una progressione anno dopo anno, con un balzo complessivo nell'ultimo quadriennio pari all'8,2%.

A conclusione di un processo decennale che ha visto la spesa per mangiare tra le mura domestiche calare dal 2007 del 9,8%, contro una crescita del 5,7% di quella destinata a cibi e bevande consumati dagli italiani in decine di migliaia di pubblici esercizi, la percentuale

necessità che, lungi dall'essere sacrificato, il foodservice venga esaltato, aiutato e sorretto da chi ha responsabilità di governo.

Fuoricasa avanti tutta

Ma andiamo con ordine. Se nel decennio 2007/2017 si è determinato un calo totale dei consumi delle famiglie italiane pari a 27 miliardi di euro, variazione negativa per oltre la metà riferibile alla voce *Spesa per alimentari e bevande non alcoliche per il consumo domestico* (-14,746 miliardi di euro), il segmento *Alberghi e ristoranti* è cresciuto nello stesso tempo di 6,652 miliardi, e di questo exploit ben 4,028 sono appannaggio della ristorazione fuoricasa (Fig. 3 pag. 51). Volendo ulteriormente approfondire questo capitolo di spesa specifico, come denota la

Dinamicità e resilienza dell'occupazione

Fig. 2

variazione percentuale degli occupati 2016/2001 (X) e 2016/2008 (Y)

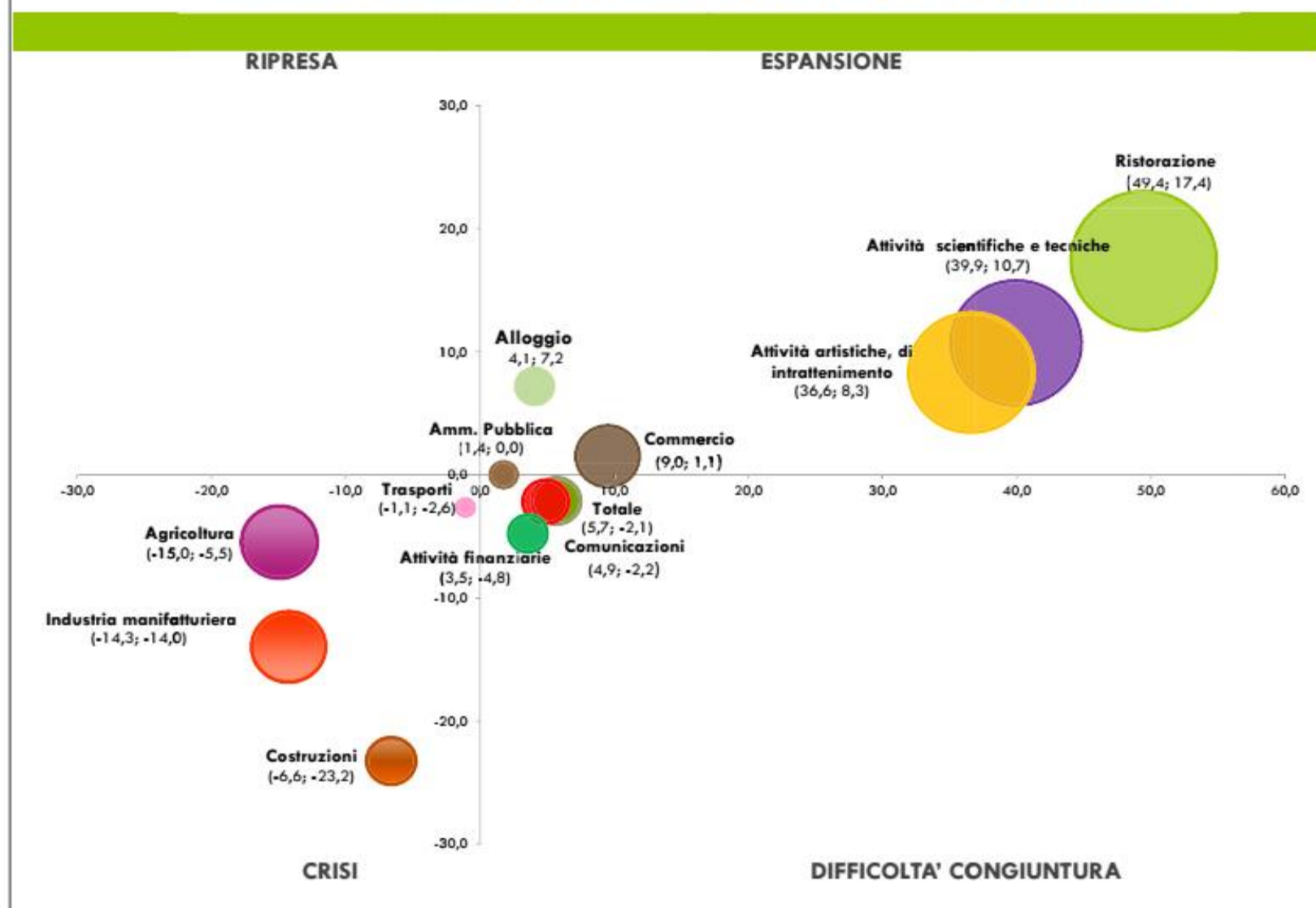


Fig. 3



della spesa destinata al fuoricasa è lievitata fino al 35,5% sul totale di quella alimentare delle famiglie dello Stivale, che nel 2017 è stata pari a 83 miliardi di euro.

Cifra che, sommandosi ai 151 miliardi per i consumi in casa (escluse le bevande) ha portato l'anno scorso a un totale di 234 miliardi.

Nel contesto europeo, questa percentuale, poco più di un terzo, pone l'Italia sopra la Francia (29,1%) e la Germania (29,4%) ma ben al di sotto dei livelli di spesa destinati al fuoricasa che si registrano in Spagna (53,6%) e Regno Unito (47,5%), nonché leggermente al di sotto della media dell'Area Euro (36,3%).

Ciò rivela margini di crescita ancora molto grandi nel Belpaese, come testimonia il trend espansivo in atto, e, in particolare, l'incremento del 3,8% dei consumi alimentari fuoricasa (2,686 miliardi di euro) nel periodo 2008/2016, contro una riduzione di quelli alimentari in casa del 7% (-10.138 miliardi) e di quelli generali del 2,7% (fig. 5).

Le stesse voci mostrano al contrario come siano stati Spa-

gna (-6,5%, -6,446 miliardi) e Regno Unito (-1%, -896 miliardi) ad aver pagato nello stesso periodo le conseguenze di un livello di consumo alimentare extradomestico forse eccessivo in precedenza (trascinato anche dal turismo, specie nella Penisola iberica), come nel caso del reame di Sua Maestà Elisabetta II dimostra il contestuale aumento dei consumi casalinghi (+7,6%, +7.554 miliardi) mentre per quello di Filippo VI la contrazione si è manifestata anche per questi ultimi (-3,7%, -3.010 miliardi).

La forza (del) lavoro

Le dinamiche di sviluppo che interessano il settore si riverberano nella fiducia che i player manifestano nelle rilevazioni periodiche della Fipe: a partire dal 2015, al di là di alcuni momenti di ripiegio, il sentiment dei ristoratori è costantemente sopra quota 90 (Figura 6 a pag. 52), anche grazie alla capacità mostrata negli ultimi tre anni dal comparto non solo di creare valore ma, soprattutto,

Fig. 4



Fig. 5

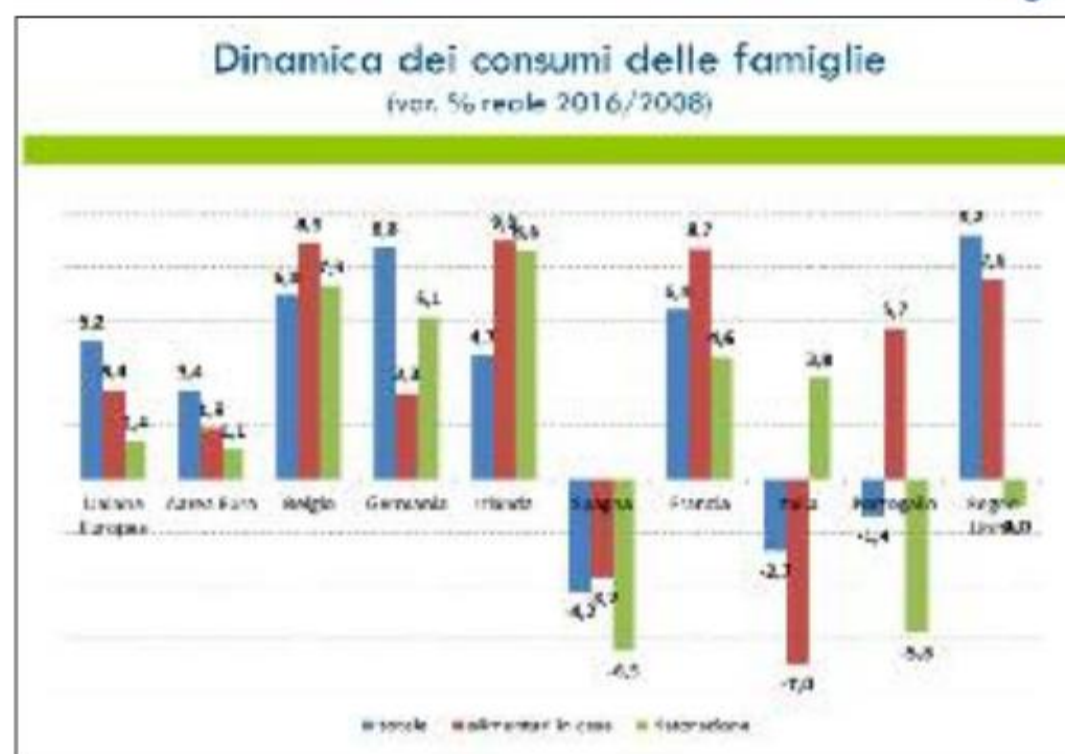


Fig. 6



occupazione: fatto 100 il livello di posti di lavoro nel 2008, al di là di una leggera flessione nel 2008 e 2009, il numero degli addetti è salito sia nel 2011 che nel 2012 e, dopo una nuova riduzione nel 2013, la corsa verso l'alto è stata inarrestabile, tanto che nel 2017 si è raggiunta quota 117 (Figura 7): a dicembre dell'anno scorso dunque, i lavoratori dipendenti impiegati nel fuoricasa italiano erano 869.151, ben al di sopra dei 730.120 del gennaio dello stesso anno.

Un risultato conseguito al termine di un percorso di raffor-

zamento costante e continuo, come mostra molto bene la Fi-

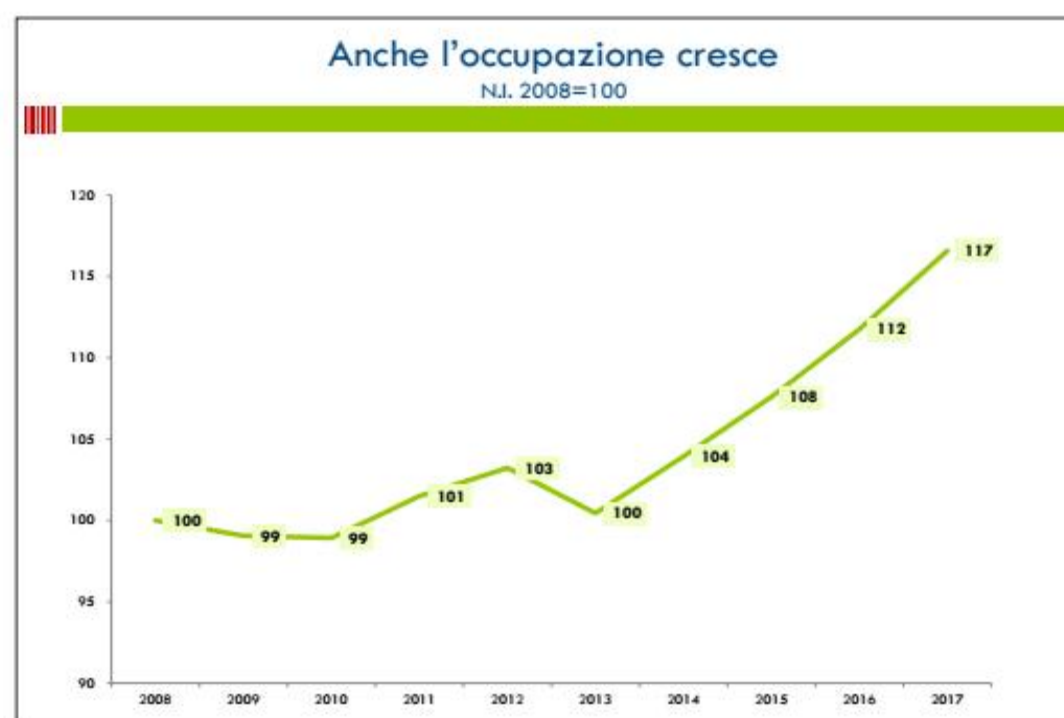


Fig. 7

gura 8, dove basta osservare il balzo del 18,7% nel passaggio tra 2016 e 2017 nella ristorazione commerciale e dell'8,3% in quella collettiva, per comprendere quanto il mondo del foodservice sia fondamentale nel creare posti di lavoro.

Una capacità tanto più rimarchevole se si considera che si tratta di una occupazione tutt'altro che precaria o solo stagionale, come qualcuno vorrebbe far credere. E c'è di più:

merciale, di addetti giovani: quelli tra 20 a 30 anni sono il 37,3%, e gli under 20 il 6%, laddove la fetta più grossa nella collettiva è costituita da persone nella fascia di età da 30 a 40 (32,3%) seguiti dai 40/50enni (27,2%), ma, altro dato importante, qui domina l'elemento femminile: precisamente il 68,9%, mentre nella commerciale l'altra metà del cielo sfiora la parità, fermandosi al 49,8% contro il 50,2 dei maschi. Ma l'aspetto forse più significativo è legato al numero dei contratti a tempo indeterminato, pari all'81,5% e al 63,9% rispettivamente in collettiva e commerciale mentre quelli stagionali sono solo lo 0,9 e il 6,3%. Si tratta in entrambi i segmenti per la maggior parte di contratti part-time: nel 74,3% dei casi nel contract catering e nel 60,3% in ristoranti, bar, pizzerie, trattorie, pub, etc. I due settori sono anche strumento di integrazione dei lavoratori nati fuori dai confini nazionali: hanno passaporto straniero il 13,5% degli addetti nella collettiva e il 26,2% nella commerciale.

Fig. 8



Fig. 9

Analisi dei bilanci: i valori medi (val. ass. in euro)			
	2017	2016	var. %
Valore della produzione	246.378	231.243	6,5
Valore aggiunto	72.916	66.853	9,1
Ebit	4.602	4.406	4,4
Risultato ante imposte	3.014	2.709	11,2
Risultato netto	1.058	908	16,5

Bilanci e dintorni

Spostandoci sul lato bilanci e conto economico, troviamo luci e ombre: tra queste ultime, una produttività che resta sotto i valori pre crisi (il valore aggiunto in euro per ora lavorata è pari a 17,1 nel 2017, contro i 17,6 del 2008 e i 18,4 del 2009, acme a partire dal quale si è andati incontro a un inarrestabile ripiegio).

Analizzando invece i bilanci di circa 28mila operatori con fatturati che vanno da meno di due (96% del panel) a oltre 50 milioni di euro, troviamo tutti numeri in espansione nel raffronto tra 2016 e 2017: +6,5% il valore della produzione, +9,1% il valore aggiunto, +4,4% l'Ebit, +11,2% il risultato ante imposte, +16,5% il risultato netto (Figura 9).

Osservando quindi più da vicino i canali ristoranti, catering e bar, vediamo che nel 2017 rispettivamente il 58,8, il 72,7 e il 60,1% degli operatori hanno realizzato utili: in media complessiva ha registrato risultati positivi il 59,6% dei player considerati, contro il 40,4% che ha chiuso l'esercizio in rosso (Figura 10). Fin qui l'analisi del passato recente e meno recente. Ma cosa

ci aspetta adesso? Il Centro Studi Fipe prevede uno scenario nel quale, a fronte di consumi in crescita dello 0,9 e dello 0,8% nel 2018 e nel 2019, quelli alimentari in casa degli italiani caleranno dell'1,1% quest'anno e dello 0,3% l'anno prossimo mentre la spesa fuoricasa aumenterà del 2,1% e del 2,2%. Sempre che, come paventa la bibbia – vera o presunta – del capitalismo, l'*Economist*, non sia imminente una nuova crisi, meno grave di quella aperta dal fallimento *Lehman Brothers* ma ri-

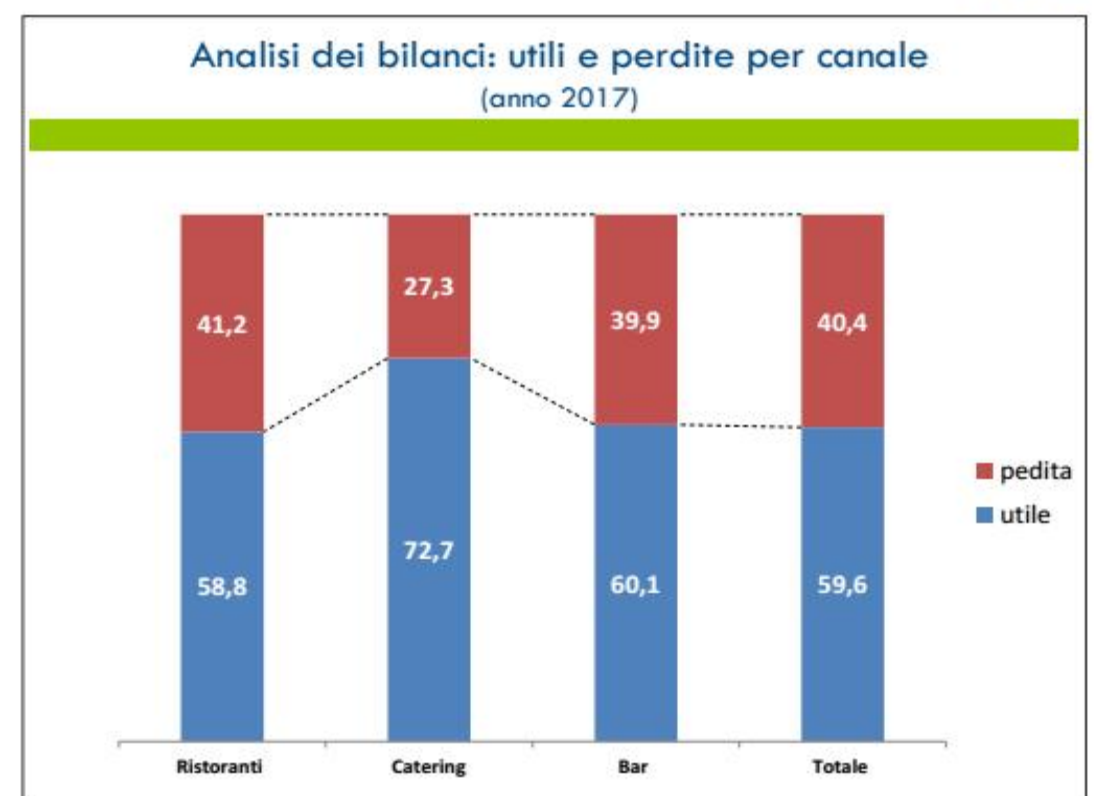
spetto alla quale l'Italia, con la sua fragile ripresa e i tanti problemi irrisolti, non pare sufficientemente attrezzata.

A meno che, come sostengono i fautori del governo gialloverde, le misure espansive adottate con la sfida all'Europa e il deficit al 2,4% non siano tali e in grado di scongiurare per il Belpaese gli effetti di tale rallentamento mondiale dell'economia.

Al di là delle diatribe, una cosa,

come rivela l'analisi fin qui esposta, è certa: il comparto della ristorazione, con la sua evidente capacità anticiclica e di resistenza rivelata durante la Grande crisi, è un patrimonio da valorizzare e tutelare, un asset su cui puntare/contare, sia che si tratti – come tutti auspicano – di crescere ancora, di più e meglio, sia che ci si debba predisporre a resistere a nuove turbolenze.

Fig. 10



Rossopomodoro guarda al futuro

Sebeto rilancia il brand simbolo della pizza napoletana nel segmento casual dining e lo fa mantenendo salde passione e tradizione per il buon cibo partenopeo

Lo scorso 9 marzo Sebeto Group Spa è passato di mano. OpCapita, gestore europeo di fondi di private equity, lo ha rilevato da un altro fondo (Change Capital Partners) e ha cominciato a fine estate un'operazione di rilancio.

A godere della spinta della nuova gestione è soprattutto **Rossopomodoro**, una delle catene di ristoranti a tema pizza più conosciute in Italia, con una chiara identità e un apprezzabile brand awareness. Obiettivo è rafforzarne il posizionamento nel segmento casual dining, facendo leva sul favorevole momento di mercato e su un upgrade sostanziale dell'offerta. A spingere sull'acceleratore dell'innovazione è il nuovo management formato da **Marco Airoidi**, ex amministratore delegato di Benetton ed ex senior partner di Boston Consulting Group, nominato vice presidente, e dal nuovo amministratore delegato di Sebeto, **Roberto Colombo**, ex chief operating officer di Autogrill. Entrambi affiancati dall'inesauribile passione dei fondatori **Franco Manna** e **Pippo Montella**.

Per "assaggiare" il riposizionamento di Rossopomodoro oggi bisogna andare nella location di via Sabotino a Milano dove campeggia a chiare lettere il nuovo claim del brand partenopeo: "Come un giorno a Napoli".

"Come un giorno a Napoli, vuole essere la naturale sottolineatura della tradizione, della passione, dell'atmosfera e del carattere delle cucine partenopee e della pizza in particolare che si respira da Rossopomodoro" dice **Roberto Colombo**. "Abbiamo cambiato l'arredo, le divise, abbiamo aggiunto la musica napoletana, abbiamo lavorato

in modo forte sul menù anche grazie ad Antonio Sorrentino il nostro tradizionale executive chef, per raggiungere quello che dovrà essere il menu di tutti i ristoranti Rossopomodoro. Passeremo quindi da una cucina caratterizzata da una forte

discrezionalità dello chef all'individuazione di una serie di prodotti su cui vogliamo puntare in modo chiaro e che vogliamo presentare e preparare in modo ancora migliore". L'obiettivo dichiarato è quindi quello di lavorare su un completamento del pasto sempre in chiave Rossopomodoro. Con il mondo della pasta e della pizza a fare da comune denominatore di tutti i ristoranti ma anche con alcune novità. Fra tutte segnaliamo lo scorporo e il potenziamento del menù dei dolci ma non solo.

"Come un giorno a Napoli vuole allargarsi anche al mondo del caffè", prosegue Colombo, "su cui vogliamo lavorare in modo più forte: credo che tutti noi oggi quando andiamo a Napoli a fare un week end abbiamo dei punti di riferimento chiari sul cibo come la pizza, la pasta ma anche il caffè. Non vogliamo diventare un bar, ma vogliamo che si chiuda un'esperienza di ristorazione in modo degno. Puntare sul caffè non significa intervenire sugli orari di apertura dei locali ma più concretamente sull'ampliamento dei prodotti che ruotano intorno al caffè e sul caffè stesso, restando nell'ambito della tradizione e dell'artigianalità due elementi portanti della nostra offerta".

Per ridare vigore alla brand awareness di Rossopomodoro il nuovo corso punterà soprattutto sui locali in gestione diretta, senza per questo trascurare il positivo apporto dei franchisee. A fine mese aprirà i battenti un nuovo ristorante al Centro Commerciale Roma Est ma l'obiettivo più a lungo termine è arrivare a contare 30 Rossopomodoro in versione 2.0 entro i prossimi 6 mesi.



FRANCO MANNA, presidente (sx)
ROBERTO COLOMBO, AD (dx)





FEEDING THE WORLD, ENJOYING YOUR BUSINESS
FIERA MILANO MAY 6 - 9 MAGGIO 2019

info@tuttofood.it
 buyers.project@tuttofood.it

www.tuttofood.it



In concomitanza con



Un partner **affidabile**

Trasparenza, ascolto e responsabilità sociale sono i valori su cui si basa il lavoro di Adriatica Oli, che da oltre 30 anni si occupa del trasporto, del recupero e dello smaltimento dei rifiuti speciali pericolosi e non pericolosi

Per i suoi clienti, Adriatica Oli è in grado di gestire in modo completo e **integrato** le diverse tipologie di rifiuti prodotti; peculiarità, questa, che le consente di proporsi ai suoi interlocutori come **referente unico** per la gestione in *outsourcing* dei vari rifiuti prodotti durante l'esercizio delle attività.

L'azienda, inoltre, fa della **serietà** il suo fulcro, tanto che lavora in maniera **trasparente**, tracciando tutti i processi e tutti i documenti legati alla gestione dei rifiuti. Grazie a **Shiru**, la piattaforma web based di Adriatica Oli, è possibile fare analisi statistiche e report, tenere sotto controllo i flussi della gestione e monitorare in tempo reale l'intera documentazione ambientale delle varie filiali. Questo tipo di organizzazione del lavoro offre naturalmente una serie di vantaggi e si traduce innanzitutto in **affidabilità** e **versatilità del servizio**. Si pensi, poi, alla riduzione del rischio ambientale, correlato a quello di sanzioni, nonché, in un'ottica più ampia, alla riduzione dei costi di gestione dell'impresa.

Adriatica Oli, inoltre, ha oltre 10.000 punti di produzione di rifiuti gestiti in Italia e dispone di strutture tecnico operative, che comprendono una rete logistica di raccolta e impianti di deposito, che le consentono di gestire in sicurezza e in maniera ottimale i rifiuti su tutto il territorio nazionale.

L'azienda, poi, è in grado di offrire ai suoi clienti alcuni servizi aggiuntivi molto importanti: dall'implementazione nei sistemi delle procedure per la qualità, al supporto nella produzione dei documenti necessari alla partecipazione degli appalti, nonché alla disponibilità



di una figura esperta sulla normativa ambientale. Quello di Adriatica Oli è **un supporto e un servizio completo a 360 gradi**, che non si limita quindi alla raccolta dei rifiuti, ma che **accompagna e orienta** il cliente in ogni fase della complessa gestione dei rifiuti speciali. Incaricare Adriatica Oli significa, per ogni cliente, potersi affidare completamente a esperti del settore con anni di esperienza, contando su una gestione integrata e attenta dei rifiuti, nonché su una competenza e una disponibilità senza eguali.

Il cliente trova in Adriatica Oli un **interlocutore organizzato e preparato**, oltre che un **servizio flessibile e curato** in ogni dettaglio. Qualità, queste, che l'azienda offre perché pienamente consapevole che l'impegno nel settore dei rifiuti non sia soltanto un lavoro, ma una missione e un servizio per l'intera comunità con profonda coscienza ambientale ed ecologica.



Adriatica Oli Srl

C.da Cavallino 39 - 62010 Montecosaro (MC) - Tel. +39 0733 229080 - Fax +39 0733 229093
segreteria@adriaticaoli.com - www.adriaticaoli.com

Evoluzione e rivoluzione



Quello della refrigerazione è un segmento maturo sotto molti punti vista. Definite le regole per l'etichettatura energetica, oggi i frigoriferi professionali guardano ad un futuro in cui la parola d'ordine sarà connettività

a cura di A. Anderloni e C. Lovisatti

1 Luglio 2017. Una data fondamentale per il mondo della refrigerazione professionale: entra infatti in vigore l'etichettatura energetica obbligatoria per gli armadi frigoriferi destinati alla ristorazione.

È il punto d'arrivo di un lungo lavoro che ha visto i produttori italiani e la loro organizzazione - Efcem Italia - protagonisti a livello europeo nella definizione del progetto. Sin dal 2014 infatti ne aveva anticipato i contenuti e lanciato con largo anticipo l'etichettatura volontaria che ha sicuramente contribuito alla sensibilizzazione

sia delle Istituzioni che del mercato sulle problematiche, e sulle relative soluzioni, legate al consumo energetico del comparto. È noto infatti che il settore della ristorazione, sia commerciale sia collettiva, è estremamente energivoro: uno studio condotto da Efcem Italia ne indica i consumi annuali a livello italiano in 25440000 Mw/h, valore che rappresenta indicativamente il 25% dell'intero consumo energetico del terziario italiano. Le attrezzature di refrigerazione a loro volta costituiscono circa un quarto del totale.

L'entrata in vigore della etichetta

energetica si inserisce all'interno di un processo di sviluppo del mondo della refrigerazione professionale che sta vivendo una fase estremamente dinamica sotto il profilo dell'innovazione e che tocca una serie di punti. Il primo riguarda l'efficienza energetica, di cui abbiamo appena parlato, seguono gli interventi atti a ridurre l'impatto ambientale dei gas refrigeranti utilizzati. A questo proposito sono state sviluppate a livello europeo una serie di norme che definiscono le tipologie di gas utilizzabili con l'obiettivo di ridurre al minimo l'effetto serra. Oggi i pro-

duttori più sensibili al tema utilizzano sistemi refrigeranti che garantiscono in qualsiasi condizione impatto zero. Analoghi interventi sono stati effettuati per assicurare le migliori caratteristiche delle schiume utilizzate nella realizzazione degli isolamenti termici degli armadi frigoriferi: nei modelli più evoluti possiamo trovare alti spessori di isolamento, utilizzo di materiali estremamente efficaci e utilizzo di componenti che garantiscono una completa riciclabilità a fine vita. In sintesi: bassi costi di esercizio, ottime prestazioni e basso, o nullo, impatto ambientale. Le potenzialità

offerte dallo sviluppo di sistemi di comando e controllo estremamente sofisticati ed affidabili hanno consentito di portare a bordo macchina una serie di prestazioni sino a pochi anni fa difficilmente realizzabili. Un esempio?...ogni alimento ha caratteristiche di temperatura, umidità e velocità dell'aria ottimali per la sua conservazione. Questi parametri possono venir impostati e costantemente monitorati garantendo di conseguenza alti livelli di qualità della conservazione. A questo si aggiunga la disponibilità di sistemi di monitoraggio in grado di rilevare il livello del carico ed il numero di aperture intervenendo di conseguenza per il più rapido recupero delle caratteristiche ottimali di conservazione. C'è poi la gestione automatica dei parametri richiesti dalla normativa HACCP, la loro memorizzazione ed il loro trasferimento, ove richiesto, su altri supporti informatici.

Materiali e pulizia

Oggi si punta all'utilizzo di materiali e ad un livello qualitativo delle strutture, con particolare attenzione agli interni, sempre più raffinati, che garantiscono

livelli igienici e di pulibilità difficilmente raggiungibili in passato. Con gli stessi obiettivi di facilitazione degli interventi di pulizia, sempre più alto risulta il livello di protezione delle componenti elettriche ed elettroniche delle attrezzature alle infiltrazioni d'acqua.

A proposito di design

Ecco un elemento entrato prepotentemente anche in questo settore dove con sempre maggior frequenza la cucina è posta a vista della sala da pranzo e dove di conseguenza vengono richiesti prodotti di alto livello anche sotto il profilo estetico. Ovviamente quello che abbiamo appena analizzato è il livello più elevato nelle proposte che i costruttori presentano al mercato.

Chiaramente l'offerta è molto più articolata sia nelle prestazioni che nei livelli dei prezzi. Lo stimolo è quello di effettuare una scelta consapevole ricercando il corretto equilibrio prezzo/prestazioni coerente con il livello delle attese ma senza mai rinunciare al livello della qualità garantita dalla gran parte della produzione italiana. Infine, uno

Una nota tecnico-normativa: IP XX

Il codice IP è un sistema di classificazione internazionale pubblicato dalla Commissione Elettrotecnica Internazionale (EN 60529/1997) che indica il livello di protezione di un prodotto contro l'intrusione di particelle solide o liquide. È costituito da una parte fissa (IP) e da due serie di codici numerici di base oltre ad altre indicazioni accessorie. Il primo indica il livello di protezione contro l'intrusione di particelle meccaniche. Va da X (nessuna indicazione) a 6 (livello massimo). Il secondo fornisce indicazioni relative alla protezione da infiltrazione di liquidi. Va da X (nessuna indicazione) a 9 (livello massimo) ed è quello maggiormente interessante per le nostre valutazioni. In pratica ci fornisce un parametro di valutazione sulle possibili metodologie di pulizia e gestione dei prodotti. Nel mondo delle grandi cucine vengono offerti prodotti con vari livelli di protezione. Ne riportiamo una sintesi con una prima indicazione di base sulla tenuta.

Il livello di base è IP X3 (protezione contro spruzzi accidentali), il più comune è IP X4 (protezione contro spruzzi diretti) o il più elevato IP X5 (protezione contro getto d'acqua a bassa pressione). Meno frequenti livelli di protezione più elevati e limitati alle macchine di alta ed altissima gamma.

sguardo al futuro che sarà prevedibilmente giocato su due direttrici: una, in avanzata fase di sviluppo, legata alla connettività che porterà con sé alcune opportunità come: il dialogo online con strutture remote sia per ricevere dati programmazione che per trasmettere informazioni sul funzionamento inclusi eventuali segnali d'allarme legati all'uscita dai corretti parametri di temperature; la pos-

sibilità di connessione con i centri di assistenza tecnica cui è delegata la manutenzione consentendo interventi immediati e mirati di riparazione o ritaratura.

L'altra ancora in fase di sviluppo che vedrà la possibilità di dialogo informatico tra l'armadio frigorifero e gli alimenti contenuti, ovviamente preconfezionati, che consentirà di gestire stoccaggi, scorte, riordini e scadenze.

EFCM ITALIA POLO DEL PROFESSIONALE

Efcem Italia è l'Associazione che, in seno a APPLiA Italia - Associazione Produttori Elettrodomestici - riunisce le imprese del settore professionale e rappresenta l'Italia nell'ambito di Efcem - European federation of catering Equipment Manufacturers - il comparto industriale delle apparecchiature professionali per l'Ho.Re.Ca. che vede l'Italia leader mondiale con un fatturato che supera i 4 miliardi di euro l'anno e una capacità d'esportazione che supera l'70%.

ANGELO PO



ROBERTO GIOVINI,
responsabile contract

Qual è attualmente, il vostro prodotto più venduto?

Il modello XL70L, ovvero il nostro frigorifero in classe energetica A, la più elevata del mercato, che permette di risparmiare fino a 300 euro l'anno, rispetto ad un frigorifero di classe energetica G.

E la soluzione più adatta per un ristorante?

L'XT70L, un modello con struttura monoscocca, fianchi stampati per una pulizia efficace e una affidabilità garantita fino a +43°C, fondamentale negli ambienti cucina più piccoli e affollati.

E quale prodotto suggerite per un centro cottura?

L'XL70L, il nostro top di gamma: classe A, per garantire risparmio energetico e rispetto per l'ambiente; struttura monoscocca con fianchi stampati facilmente pulibili per ridurre la proliferazione batterica all'interno dal vano e permettere il rispetto dei piani di controllo HACCP

Giro d'affari 2017: 64 ML Euro

Percentuale di export sul totale: 56%

Mercati esteri più promettenti: Stati Uniti



ELECTROLUX



MARIO LOBBIA,
direttore commerciale

Qual è attualmente, il vostro prodotto più venduto?

Armadi e tavoli refrigerati ecostoreHP e abbattitore air-o-chill. I nostri abbattitori air-o-chill garantiscono velocità ed efficienza nei cicli di abbattimento, mantenendo nel tempo inalterate le qualità del cibo, mentre gli armadi e i tavoli refrigerati ecostoreHP, in classe A e con la classe climatica 5, si distinguono per le elevate prestazioni e il massimo risparmio energetico

della categoria, per una perfetta conservazione del prodotto.

E la soluzione più adatta per un ristorante?

Abbattitore air-o-chill da 30 a 50 kg

Armadi frigoriferi ecostoreHP 670 litri, tavoli refrigerati ecostoreHP da 3 vani

E quale prodotto suggerite per un centro cottura?

Abbattitore air-o-chill da 180/250 kg

Armadi frigoriferi ecostoreHP da 1400 litri

Giro d'affari nel 2017: 810 ML di Euro

Percentuale di export sul totale: 86%

Mercati esteri più promettenti: Europa occidentale, Nord America, Sud-est Asiatico



IRINOX



LUCA GENNAI,
general manager

Qual è attualmente, il vostro prodotto più venduto?

Nell'ambito della ristorazione il nostro frigorifero più venduto è il modello N'ice.

E la soluzione più adatta per un ristorante?

Consigliamo sempre l'abbinamento di un abbattitore MultiFresh MF 70.1 a due Conservatori N'ice - uno a temperatura positiva +3° e l'altro negativa -18°.

E quale prodotto suggerite per un centro cottura?

Dipende ovviamente dai pasti gestiti dal Centro Cottura, i modelli più richiesti sono l'abbattitore a carrello MultiFresh MF 130.2 o MF 180.2 che consentono di raffreddare o surgelare rispettivamente 130Kg o 180Kg.

Giro d'affari 2017: 55 ML di euro

Percentuale di export sul totale: 65%

Mercati esteri più promettenti: Nord America ed Europa.



STUDIO 54



MARCO BRUSEGHIN,
presidente

Qual è attualmente, il vostro prodotto più venduto?

Il nostro prodotto di punta è costituito dalla linea Concept.

Quali soluzioni proponete al mercato della ristorazione moderna?

Studio 54 si impegna nel cercare di dare risposta a tutte le richieste dei suoi clienti in modo versatile: è da questo proposito che

nasce la linea CONCEPT, una proposta per quei casi in cui lo standard non basta.

Abbiamo ideato una linea di prodotti con scocche di altezza diversa, piani personalizzabili, moduli cottura, neutri, postazioni lavaggio e combinazioni con vari accessori elencati a listino. Con questi strumenti diventa più facile per i nostri clienti creare isole di lavoro che agevolino l'operatore, adatte alle necessità dei vari settori della ristorazione.

Giro d'affari 2017: 15 ML di euro

Percentuale di export sul totale: 60%

Mercato estero più promettente: Francia



Antirabbocco: la competenza **è dell'ICQRF**

Una recente sentenza ha stabilito che la competenza sanzionatoria per la violazione della L.9/2013 sulla qualità e la trasparenza della filiera degli oli di oliva vergini è del MIPAAF e non delle Regioni

a cura di Avv. Daniele Pisanello, LEX ALIMENTARIA Studio legale associato



La vicenda su cui poggia la sentenza in commento trae origine da un ricorso di un ristoratore pisano che aveva ricevuto una ispezione da parte dei NAS, all'esito della quale, come unica violazione, erano state rinvenute in sala quattro bottiglie di olio extravergine di oliva, regolarmente etichettate, ma prive del tappo antirabbocco (ovvero, un tappo che il ristoratore deve inserire nella bottiglia, e che non può rimuovere, al fine di garantire che non sia ci stato il rabbocco della bottiglia con altro - e normalmente diverso - olio).

La Regione Toscana, come è prassi, procedeva con ordinanza ingiunzione a riscuotere le rilevanti sanzioni previste dall'art. 7 della legge salva olio, quantificate in euro 2.500 a titolo di pagamento oblatorio. L'ordinanza Ingiunzione era impugnata dal ri-

storatore sostenendo che la Regione non fosse competente a richiedere il pagamento di dette sanzioni. Il Giudice di Pace di Pisa, con sentenza del 13 luglio scorso, ha accolto l'opposizione, aderendo alla tesi sostenuta dal ricorrente.

A mente del citato art. 7, commi 2° e 3° della Legge n. 9/2013, «gli oli di oliva vergini proposti in confezioni nei pubblici esercizi, fatti salvi gli usi di cucina e di preparazione dei pasti, devono essere presentati in contenitori etichettati conformemente alla normativa vigente, forniti di idoneo dispositivo di chiusura in modo che il contenuto non possa essere modificato senza che la confezione sia aperta o alterata e provvisti di un sistema di protezione che non ne permetta il riutilizzo dopo l'esaurimento del contenuto originale indicato nell'etichetta» e «(...) la violazione di cui al comma 2 comporta l'applicazione al titolare

del pubblico esercizio di una sanzione amministrativa da euro 1.000 a euro 8.000 e la confisca del prodotto».

Il Giudice ha riconosciuto che l'articolo 7 della legge n.9/2013 si colloca nell'ambito della disciplina del commercio e della lealtà commerciale, con particolare riferimento al contrasto delle pratiche illecite o fraudolente nelle filiere agro-alimentari, e **non in quella relativa all'etichettatura, alla presentazione e alla pubblicità dei prodotti alimentari.**

Infatti, dalla lettura della norma si evince apertamente che essa, riguardando l'utilizzo, in sede di ristorazione, di bottiglie d'olio prive di un dispositivo idoneo a impedire la pratica del rabbocco dell'olio, sia volta a ostacolare una prassi (peraltro molto diffusa) che può arrecare danno allo sviluppo delle filiere degli olii extravergini; e che quindi, la ratio legis ad essa sottesa non può che essere quella di contrastare le pratiche fraudolente nel particolare settore degli olii extravergini, come



è peraltro affermato anche nei lavori parlamentari della legge in commento.

Conseguentemente, essendo la disciplina del commercio riservata allo Stato, quest'ultimo è anche titolare della relativa potestà sanzionatoria, tramite l'**Ispettorato Centrale Repressione Frodi (ICQRF)** e nessuna competenza sanzionatoria spetta alla Regione Toscana.

Quest'ultima aveva tentato - invano - di legittimare l'ordinanza argomentando dall'art. 18, co. 4 del decreto legislativo 109/92 (recepimento delle direttive europee in tema di etichettatura, alla presentazione e alla pubblicità dei prodotti alimentari), oggi abrogato dal decreto legislativo n. 231/2017.

In tal modo, si colma un vuoto sulla competenza sanzionatoria per la violazione delle disposizioni previste dalla legge n.



9/2013 (c.d. legge salva olio o, anche, legge Mongiello, dal cognome della promotrice in Parlamento). È questo, infatti, uno dei punti deboli della legge che pure molte innovazioni positive ha introdotto: dalla **razionalizzazione dei controlli** in dogana e sul mercato interno al rafforzamento degli **istituti investigativi e processuali** per i procedimenti/processi in materia di frodi agro-alimentari.

Una pronuncia importante destinata ad incidere non solo sulle casse delle Regioni che si vedranno private di facili introiti, ma anche e soprattutto sugli interessi dei ristoratori, che a causa del silenzio sull'autorità competente alla sanzione, si sono visti per lungo tempo vessati da autorità non propriamente competenti. Con questa sentenza è finalmente assodato che compete al Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali (MI-PAAF) vigilare e sanzionare le violazioni dell'art. 7 della legge n. 9/2013.

Gli accertamenti svolti da altre autorità, come nel caso del Comando dei Carabinieri NAS, andranno trasmessi all'ICQRF non più alle regioni, pena l'annullamento della sanzione amministrativa.



**www.
ristorando**

ai



Seguici online!

La borsa delle Imprese

La Borsa delle Imprese della **Ristorazione Moderna**



I contratti del mese in Italia

Pag. 66

Sprint d'autunno

Novembre 2018



Anche a ottobre il monitor spicca un salto di tutto rispetto: ai 292 contratti della precedente rilevazione se ne sommano infatti altri 55 che portano a 347 il computo totale.

Scuole a tirare la volata con 40 contratti in più (da 154 il segmento passa a 194). Segue la commerciale, con 11 nuovi (da 86 a 97). Sale di uno il totale di tappa dell'aziendale (24 in tutto le segnalazioni attuali) mentre di uno aumentano i segmenti sociosanitaria e buoni pasto.

(Nella settimana rilevazione abbiamo censito 347 contratti e 131 imprese)

I NUOVI CONTRATTI DELLE IMPRESE ITALIANE DELLA RISTORAZIONE MODERNA

Questa rilevazione riguarda i contratti acquisiti dalle imprese italiane della ristorazione collettiva, commerciale ed a catena, nonché dalle aziende emettitrici di buoni pasto: viene aggiornata per ogni anno solare, e si sviluppa con cadenza mensile. Il censimento si basa su nostre indagini ed interviste e sulle segnalazioni che ci pervengono dalle imprese interessate. Esso costituisce un efficace mezzo per divulgare le proprie attività commerciali e di sviluppo, ed anche un valido strumento di conoscenza del mercato; è tuttavia importante, per chi consulta la rilevazione, ricordare che essa non indica l'entità di ogni singolo contratto, ma solo il numero complessivo dei contratti acquisiti. Ogni azienda può liberamente e periodicamente comunicarci, per e-mail o fax, le acquisizioni effettuate, in maniera da offrire un panorama aggiornato dell'andamento delle proprie acquisizioni.



CASE DI CURA, CLINICHE, OSPEDALI

BAR BANQUETING SRL/URANIA SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CIRFOOD	1 CONTRATTO PRECEDENTE
EURORISTORAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
FABBRO FOOD & FACILITY	2 CONTRATTI PRECEDENTI
IL CAMMINO SOC. COOPERATIVA	1 CONTRATTO PRECEDENTE

LADISA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
LA CASCINA GLOBAL SERVICE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
MARKAS	1 CONTRATTO PRECEDENTE
MULTISERVICE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
PELLEGRINI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
PIANETA FOOD	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SODEXO ITALIA	1 CONTRATTO PRECEDENTE

CASE DI RIPOSO, CASE PROTETTE, SERVIZI ASSISTENZIALI

ASM VOGHERA SPA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CIR FOOD	2 CONTRATTI PRECEDENTI
ELIOR RISTORAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
EUTOURIST	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SERIST	1 CONTRATTO PRECEDENTE

SIRIO	1 CONTRATTO
✓ Comune di Termoli (CB)	
SOCIETÀ COOP. SOCIALE BASSANO SOLIDALE	
	1 CONTRATTO PRECEDENTE
VEGEZIO	1 CONTRATTO PRECEDENTE
VIVENDA	1 CONTRATTO PRECEDENTE

FORZE ARMATE E CORPI MILITARIZZATI

BIORISTORO	1 CONTRATTO PRECEDENTE
BRILL SERVICE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
FABBRO FOOD & FACILITY	1 CONTRATTO PRECEDENTE

SERIST	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SIARC	1 CONTRATTO PRECEDENTE

MENSE AZIENDALI

ELIOR RISTORAZIONE	3 CONTRATTI PRECEDENTI
CAMST	2 CONTRATTI
✓ Brescia Trasporti Spa	
✓ 1 contratto precedente	
CIMAS	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CIRFOOD	2 CONTRATTI PRECEDENTI
FABBRO FOOD & FACILITY	1 CONTRATTO PRECEDENTE

GIOSERVICE SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
IFM	1 CONTRATTO PRECEDENTE
LA MEDITERRANEA SOC. COOP.	1 CONTRATTO PRECEDENTE
LADISA	1 CONTRATTO
✓ RAI, Roma	
LAVAZZA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SARCA CATERING SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SERENISSIMA RISTORAZIONE	3 CONTRATTI PRECEDENTI
SODEXO ITALIA	1 CONTRATTO PRECEDENTE

SCUOLE PRIVATE ED UNIVERSITÀ

CAMST	1 CONTRATTO
✓ Università di Torino	
CASA DEL POPOLO CIRCOLO ARCI CALENZANO	
1 CONTRATTO PRECEDENTE	
CIRFOOD	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CONSORZIO NAZIONALE SERVIZI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
DUSSMANN	1 CONTRATTO PRECEDENTE

FOOD SERVICE SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
GESTIONE SERVIZI INTEGRATI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
LA ZEBRA DI NAVARI LUCA & C. SAS	1 CONTRATTO
✓ A.R.D.S.U. Toscana, Polo di Pistoia	
MISTRAL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
PELLEGRINI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SODEXO	1 CONTRATTO
✓ Università di Torino	
SYNESTHESIA SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE

SCUOLE PUBBLICHE

ACCADEMIA NODIVA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
A&C PRIVATE SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
ALL FOOD	2 CONTRATTI PRECEDENTI
AMIS SRL	2 CONTRATTI PRECEDENTI
AVENDO SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
AVVENIRE SOC. COOP. SOCIALE ONLUS	
	1 CONTRATTO PRECEDENTE
BETADUE COOP. SOC.	1 CONTRATTO PRECEDENTE
BIORISTORO ITALIA	4 CONTRATTI
✓ Comune di Bracciano (RM)	
✓ 3 contratti precedenti	

BRIN MENSE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CAPITAL	2 CONTRATTI PRECEDENTI
CAMST	23 CONTRATTI
✓ Comune di Venaria Reale e Rivalta di Torino (TO)	
✓ Comune di Piossasco (TO)	
✓ Comune di Chiampo (VI)	
✓ Comune di Lissone (MB)	
✓ Comune di Langhirano (PR)	
✓ Comune di Minturno e Scauri (LT)	
✓ 17 contratti precedenti	
CARIBÙ CATERING SRL	2 CONTRATTI
✓ Comune di Cimitile (NA)	
✓ 1 contratto precedente	

CILENTO CATERING SRL	2 CONTRATTI
✓ Comune di Cimitile (NA)	
✓ 1 contratto precedente	
CIRFOOD	14 CONTRATTI
✓ Comune di Marliana (PT)	
✓ Comune di Alassio (SV)	
✓ 12 contratti precedenti	
CO.SE.C. - COOP. SERVIZI CROTONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CONSORZIO LA CLESSIDRA SOC. CONSORTILE COOP. SOCIALE	1 CONTRATTO
✓ Comune di Frosinone	
COOPERATIVA SOCIALE NUOVA ERA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CE.RI.SA. SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
DITTA SOLDALÉ COOP. SOCIALE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
DUSSMANN SERVICE	4 CONTRATTI
✓ Comune di Civitavecchia (RM)	
✓ 3 contratti precedenti	
ELIOR RISTORAZIONE	8 CONTRATTI PRECEDENTI
EP SPA	2 CONTRATTI PRECEDENTI
EURORISTORAZIONE	6 CONTRATTI
✓ Comune di Rovello Porro (CO)	
✓ Comune di Verona	
✓ Comune di Como	
✓ 3 contratti precedenti	
EUTOURIST NEW	1 CONTRATTO PRECEDENTE
EW KING SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
FELSINEA RISTORAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
FRATELLI MONACO DI MAURIZIO MONACO & C.	1 CONTRATTO PRECEDENTE
GE.RI.CO.	1 CONTRATTO PRECEDENTE
GEMEAZ-ELIOR	4 CONTRATTI PRECEDENTI
GEMOS	6 CONTRATTI PRECEDENTI
GESTIONA SERVIZI INTEGRATI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
G.L.E. SERVIZI	2 CONTRATTI PRECEDENTI
GMI SERVIZI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
LA CASCINA GLOBAL SERVICE	3 CONTRATTI PRECEDENTI
LA FENICE SERVIZI E INNOVAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
LA PESCHIERA SOC. COOP.	1 CONTRATTO PRECEDENTE
LADISA	6 CONTRATTI
✓ Comune di Otranto (LE)	
✓ Comune di Sant'Ambrogio di Torino (TO)	
✓ Comune di Fasano (BR)	
✓ 3 contratti precedenti	
LARIUS COOP. SOC.	1 CONTRATTO PRECEDENTE
LASER SERVIZI	1 CONTRATTO
✓ Comune di Porto Torres (SS)	
MARKAS	4 CONTRATTI
✓ Comune di Uggiate-Trevano (CO)	
✓ 3 contratti precedenti	
ME.CA. SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
NOI SOC. COOP.	1 CONTRATTO PRECEDENTE
ODISSEA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
OMNIA PLUS SOC. COOP.	1 CONTRATTO
✓ Comune di Grottaminarda (AV)	
PASTORE SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
PROCLEAN	1 CONTRATTO PRECEDENTE

PUNTO RISTORAZIONE	2 CONTRATTI
✓ Comune di Sulbiate (MB)	
✓ 1 contratto precedente	
RAG. PIETRO GUALTIERI E FIGLI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
RI.CA SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
RISTONET	1 CONTRATTO PRECEDENTE
RISTORART TOSCANA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
RISTORAZIONE OTTAVIAN	1 CONTRATTO PRECEDENTE
RISTOSERVICE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SCAMAR	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SCARDI RISTORAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SERCAR	2 CONTRATTI
✓ Comune di Roncello (MB)	
✓ 1 contratto precedente	
SERCOLO SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SERENISSIMA RISTORAZIONE	5 CONTRATTI
✓ Comune di Recanati e Montelupone (MC)	
✓ Comune di Brindisi	
✓ Comune di Cambiano (TO)	
✓ 2 contratti precedenti	
SERIST	3 CONTRATTI
✓ Comune di Aicurzio (MB)	
✓ 2 contratti precedenti	
SERVITO	2 CONTRATTI PRECEDENTI
SIR SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SIRIO	2 CONTRATTI PRECEDENTI
SLEM	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SO.VITE SPA	1 CONTRATTO
✓ Comune di Mezzani (PR)	
SOCIETÀ COOP. SOCIALE GIALLA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SOCIETÀ COOP. LA MEDITERRANEA	2 CONTRATTI
✓ Comune di Piedimonte Matese (CE)	
✓ Trentola Ducenta (CE)	
SOCIETÀ F.LLI MONACO DI MAURIZIO MONACO & C. SAS	1 CONTRATTO
✓ Comune di Caivano (NA)	
SODEXO ITALIA	20 CONTRATTI
✓ Comune di Berzago e Cremella (LC)	
✓ Comune di Garnate Monastero (LC)	
✓ Comune di Sirone (LC)	
✓ 17 contratti precedenti	
TORTONA SPA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
VEGEZIO	2 CONTRATTI PRECEDENTI
VIVENDA	4 CONTRATTI
✓ Comune di Triuggio (MB)	
✓ Comune di Carate (MB)	
✓ 2 contratti precedenti	



Ristorazione Commerciale

ESERCIZI URBANI E CENTRI COMMERCIALI

AUTOGRILL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
BURGER KING	11 CONTRATTI
✓ Torino	
✓ Voghera (PV)	
✓ Pescara	
✓ Zelo Buon Persico (LO)	
✓ Monfalcone (GO)	
✓ Monza	
✓ Alessandria	
✓ 4 contratti precedenti	
CALAVERA FRESH MEX	2 CONTRATTI PRECEDENTI
CAFFE' PASCUCCI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CASA MAIOLI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CHEF EXPRESS	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CIBIAMOGROUP	2 CONTRATTI PRECEDENTI
CIGIERRE	8 CONTRATTI PRECEDENTI
CIOCCOLATITALIANI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CIRFOOD	1 CONTRATTO PRECEDENTE
COVIM EXPRESS	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CRAZY FISH	1 CONTRATTO PRECEDENTE
DOMINO'S PIZZA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
DOPPIO MALTO	1 CONTRATTO PRECEDENTE
EL PAN D'NA VOLTA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
FC RETAIL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
FIVE GUYS	1 CONTRATTO PRECEDENTE
FONDAZIONE PRADA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
FOOD GROUP SERVICE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
JOLLIBEE FOOD CORPORATION	1 CONTRATTO PRECEDENTE
KFC	4 CONTRATTI PRECEDENTI
LA CAVEJA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
LA PIADINERIA	2 CONTRATTI PRECEDENTI
LINDT & SPRÜNGLI	2 CONTRATTI
✓ Venezia	
✓ Siena	

LÖWENGRUBE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
MCDONALD'S	5 CONTRATTI PRECEDENTI
MONDADORI CAFÈ	1 CONTRATTO PRECEDENTE
ODOROKI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
ODSTORE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
OFFICINA EMILIANA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
OLD WILD WEST	1 CONTRATTO PRECEDENTE
PANINO GIUSTO	1 CONTRATTO PRECEDENTE
PESCHERIA CON COTTURA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
PIZZIUM	2 CONTRATTI PRECEDENTI
PIZZOTELLA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
RESTALIA/100 MONTADITOS	1 CONTRATTO
✓ CC La Cartiera Pompei (NA)	
ROADHOUSE	4 CONTRATTI PRECEDENTI
ROVAGNATI 1943	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SEBETO	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SEGAFREDO - PANICUNZATU	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SPONTINI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
STARBUCKS	1 CONTRATTO PRECEDENTE
THE SHOWFOOD	1 CONTRATTO PRECEDENTE
VILLAPIZZA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
WE LOVE PURO	1 CONTRATTO PRECEDENTE
YOYOGURT	1 CONTRATTO PRECEDENTE



SITI IN CONCESSIONE

CHEF EXPRESS	4 CONTRATTI PRECEDENTI
FC RETAIL	2 CONTRATTI PRECEDENTI
ART & FOOD SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
KELLYDELY	1 CONTRATTO PRECEDENTE
RISTOSYSTEM SAS	1 CONTRATTO
✓ Stazione Venezia Santa Lucia	

LAGARDÈRE	4 CONTRATTI PRECEDENTI
MCDONALD'S	1 CONTRATTO PRECEDENTE
PUNTO GRILL SERVICE	2 CONTRATTI PRECEDENTI
RISTOSYSTEM SAS	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SEBETO	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SIRIOBAR	2 CONTRATTI PRECEDENTI

Buoni Pasto

ENTI PUBBLICI

CIRFOOD (BLUBE)	1 CONTRATTO PRECEDENTE
DAY - CAMST	1 CONTRATTO PRECEDENTE
EDENRED	2 CONTRATTI PRECEDENTI

BUONI PASTO ELETTRONICI E CARD

EDENRED	3 CONTRATTI
✓ Amag Reti Idriche Alessandria	
✓ 2 contratti precedenti	

Contratti monitorati al 31 ottobre 2018

I SEGMENTI DELLA RISTORAZIONE MODERNA

Case di Cura, Cliniche, Ospedali	14
Case di riposo, Case Protette, Servizi Assistenziali	10
Totale ristorazione collettiva sociosanitaria	24
Forze Armate e Corpi Militarizzati	5
Ristoranti aziendali ed interaziendali	17
Totale ristorazione collettiva aziendale	22
Scuole private e Università	9
Scuole pubbliche	145
Totale ristorazione scolastica	154
Esercizi Urbani e centri commerciali	67
Esercizi in Concessione	19
Totale ristorazione Commerciale	86
Imprese e società private	-
Enti Pubblici	4
Buoni pasto elettronici e card	2
Totale Buoni pasto	6
TOTALE CONTRATTI MONITORATI	292



Società monitorate al 31 ottobre 2018

1. ACCADEMIA NOVIDA		24. CIBIAMO	La bottega del caffè, Mondadori Café
2. ALL FOOD		25. CIGIERRE	Old Wild West, Pizzikotto, Shi's
3. AMIS SRL		26. CIMAS	
4. ART & FOOD		27. CIOCCOLATITALIANI	
5. A&C PRIVATE SRL		28. CIR FOOD	CIR, Blu Ticket, Rita, Rita Terreverdi, Pastarito, Eudania, Chiccotosto, Tracce, Aromatica, Viavai, Let's Toast, Antica Focacceria San Francesco, RED
6. AVENDO SRL		29. CONSORZIO LA CLESSIDRA SOC. CONSORTILE COOP. SOCIALE	
7. AUTOGRILL	Bomba	30. CO.SE.C.	
8. AVVENIRE SOC. COOP. SOCIALE ONLUS		31. CONSORZIO NAZIONALE SERVIZI	
9. BAR BANQUETING SRL/URANIA SRL		32. COOPERATIVA SOCIALE NUOVA ERA	
10. BETADUE COOP. SOC.		33. COVIM EXPRESS	
11. BIORISTORO ITALIA		34. DITTA SOLIDALE COOP. SOCIALE	
12. BRILL SERVICE		35. DOMINO'S PIZZA	
13. BRIN MENSE		36. DUSSMANN	
14. BURGER KING		37. EDENRED	Ticket Restaurant, City Time, e-Lunch
15. CAFFE' PASCUCCI		38. EL PAN D'NA VOLTA	
16. CAMST	Ristoservice, Day, Dal 1945 Gustavo Italiano	39. ELIOR	Food Experience, Gemeaz Elior
17. CAPITAL			
18. CARIBU' CATERING SRL			
19. CASA DEL POPOLO CIRCOLO ARCI CALENZANO			
20. CASA MAIOLI			
21. CASCINA GLOBAL SERVICE			
22. CE.RI.SA. SRL			
23. CHEF EXPRESS	Mokà, Prosecco bar Bottega, JuiceBar		

40. EP SPA		96. RAG. PIETRO GUARNIERI E FIGLI	
41. EURORISTORAZIONE		97. RESTALIA	100 Montaditos, Cerveceria 100 Montaditos, TGB,Cerveceria La Sureña
42. EUTOURIST			
43. EW KING SRL		98. RI.CA SRL	
44. FABBRO		99. RISTONET	
45. FC RETAIL	Antica Focacceria San Francesco, RED	100. RISTORART TOSCANA	
46. FELSINEA RISTORAZIONE		101. RISTORAZIONE OTTAVIAN	
47. FIVE GUYS		102. RISTOSYSTEM SAS	
48. FONDAZIONE PRADA	Ristorante Torre	103. ROADHOUSE	Roadhouse, Crazy fish, Calavera, Fresh Mex
49. FOOD GROUP SERVICE	Panicunzatu		
50. FOOD SERVICE SRL		104. ROVAGNATI	Rovagnati 1943
51. F.LLI MONACO DI MAURIZIO MONACO & C.		105. SEBETO	Rossosapore
52. GE.RI.CO. SRL		106. SCAMAR	
53. GEMOS		107. SEGAFREDO	
54. GESTIONE SERVIZI INTEGRATI		108. SERCAR	
55. G.L.E. RISTORAZIONE		109. SARCO CATERING	
56. GLOBAL SERVICE		110. SCARDI RISTORAZIONE	
57. GMI SERVIZI		111. SERCOLO SRL	
58. IFM		112. SERENISSIMA RISTORAZIONE	
59. IL CAMMINO SOC. COOPERATIVA		113. SERIST	
60. JOLLIBEE FOOD CORPORATION	Jollibee	114. SERVITO	
61. KELLY DELY	Sushi Daily	115. SIR SISTEMI ITALIANI RIST.	
62. KFC		116. SIRIO	Sirio Bar
63. LA CAVEJA		117. SLEM	
64. LA FENICE SERVIZI E INNOVAZIONE		118. SO.VITE SPA	
65. LA MEDITERRANEA SOC. COPERATIVA		119. SOCIETA' COOP. SOCIALE BASSANO SOLIDALE	
66. LA PESCHERIA SOC. COOP.		120. SOCIETA' COOP. LA MEDITERRANEA	
67. LA PIADINERIA		121. SOCIETA' F.LLI MONACO DI MAURIZIO MONACO & C. SAS	
68. LADISA		122. SODEXO	Sodexo Italia, Sodexo Motivation Solutions Italia
69. LARIUS COOP. SOC			
70. LAGARDÈRE	Farinella, Aijsen Ramen, Beercode, Briccocafe, Rustichelli & Mangione, Natoo	123. SPONTINI	
71. LA ZEBRA DI NAVARI LUCA & C. SAS		124. STARBUCKS	Starbucks, Roastery Reserve
72. LASER SERVIZI			
73. LINDT & SPRÜNGLI	Lindt	125. THE SHOWFOOD	
74. MARKAS		126. TORTONA	
75. MCDONALD'S		127. VEGEZIO	
76. ME. CA. SRL		128. VILLAPIZZA	
77. MISTRAL		129. VIVENDA	
78. MONDADORI	Mondadori Cafè	130. WE LOVE PURO	
79. MULTISERVICE		131. YOYOGURT	
80. NOI SOC. COOP.			
81. ODISSEA			
82. ODOROKI			
83. OSTORE			
84. OFFICINA EMILIANA			
85. OMNIA PLUS SOC. COOP.			
86. PANCIOC	Panini Durini		
87. PANINO GIUSTO			
88. PELLEGRINI			
89. PESCHERIA CON COTTURA			
90. PIANETA FOOD			
91. PIZZUM			
92. PIZZOTTELLA			
93. PROCLEAN			
94. PUNTO GRILL	Caruggio eat & shop		
95. PUNTO RISTORAZIONE			





Ristorando

Da 21 anni, Ristorando è la rivista di riferimento della ristorazione moderna organizzata e un formidabile strumento di aggiornamento per gli operatori del settore oltre che un punto di incontro strategico tra domanda e offerta di servizi di ristorazione

ABBONATI SUBITO

sì

- ☐ Desidero abbonarmi per un anno (10 numeri) al prezzo di € 60,00
- ☐ Allego assegno bancario intestato a EDIFIS S.p.A. - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano
- ☐ Verso l'importo direttamente sul c/c postale n. 36640209 intestato a EDIFIS S.p.A. - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano (Allego Bollettino)

Carta di Credito:

☐ Visa ☐ Mastercard ☐ Eurocard ☐ CartaSi

n° |

Data di scadenza | | | | / | | | | CVV | | | |

Data | | | | / | | | | / | | | | Timbro e Firma _____

Per una risposta immediata anticipare via fax al n. 02-3451231
o via mail: abbonamenti@edifis.it

Società.....

Nome.....

Cognome.....

Funzione.....

Indirizzo.....

N. Civico.....Cap.....Prov.....

Località.....

Prefisso.....Telefono.....

Fax.....

Partita IVA.....

E-mail:.....

N.B. • La ricevuta del pagamento è valida ai fini fiscali.

• Per richiedere comunque fattura
(Barra la voce interessata con X)

☐


22-26 DICEMBRE

HONG KONG FOOD FESTIVAL

Salone internazionale dell'alimentazione
HKCEC,
Hong Kong,
Cina
Hongkong-Asia Exhibition
hkexhi@hka.com.hk
www.hka.com.hk

13-15 GENNAIO

WINTER FANCY FOOD SHOW

Salone invernale delle specialità alimentari
The Moscone Center,
San Francisco,
Stati Uniti
www.specialtyfood.com

16-17 GENNAIO

MARCA

Mostra convegno dedicata al mondo
della marca commerciale
Bologna,
Italia
BolognaFiere
segreteria.generale@bolognafiere.it
www.bolognafiere.it

17-19 GENNAIO

FOOD HOSPITALITY WORLD

Salone internazionale
dell'alimentazione e dell'ospitalità
BKC,
Bombay,
India
Fiera Milano
www.fhwexpo.com

19-23 GENNAIO

SIGEP

Salone dei buongustai
Rimini Fiera,
Rimini,
Italia
Rimini Fiera spa
fierarimini@riminifiera.it
www.riminifiera.it

21-23 GENNAIO

THE OSPITALITY SHOW

Salone dell'ospitalità
Birmingham
Emmevents di Bavila Magdalena
info@emmevents.com
emmevents@emmevents.com
www.emmevents.com

26-30 GENNAIO

SIRHA

Salone internazionale della ristorazione,
dell'hotellerie
Palaexpo,
Ginevra,
Francia
GL events Exhibitions
lyon.exhibitions@gl-events.com
www.gl-events.com

4-7 FEBBRAIO 2018

EXPO RIVA HOTEL

Salone professionale dell'industria
dell'ospitalità e della ristorazione
Fierecongressi,
Riva del Garda,
Italia
Riva del Garda Fierecongressi Spa
info@exporivahotel.it
www.exporivahotel.it

16-19 FEBBRAIO

RHEX RIMINI HORECA EXPO

Rimini Fiera,
Rimini,
Italia
Rimini Fiera spa
centralino@riminifiera.it
fierarimini@riminifiera.it
www.riminifiera.it



**IL 2019 APRE CON IL PIU' GRANDE
EVENTO DEDICATO AL MARKETING B2B**



**IL FUTURO E L'INNOVAZIONE
DEL MARKETING B2B**

SAVE THE DATE

13 FEBBRAIO 2019

AUDITORIUM GIO' PONTI, ASSOLOMBARDA - MILANO

seguici su
www.b2btheconference.com

powered by

ANES

Syramusa : lo spirito siracusano in un limoncello d'autore

Stock Italia, produttore storico nel settore del beverage e leader a livello mondiale, ha colto le grandi emozioni e i profumi irresistibili della Sicilia per dare l'anima a un nuovo liquore che si candida a incantare i sensi e conquistare il cuore degli italiani. Dalla collaborazione con il **Consorzio di Tutela del Limone di Siracusa IGP** nasce **Syramusa**, il nuovo Limoncello super premium realizzato con il puro limone certificato della città siciliana. La ricetta artigianale affonda le sue radici nella coltivazione naturale dei limoneti siracusani dove la vicinanza del mare, il clima temperato, l'abbondanza d'acqua, la qualità dei terreni, il sole e la mano dell'uomo hanno resa via via sempre più unico questo frutto.

Il limoncello Syramusa è realizzato esclusivamente con il Limone di Siracusa IGP, un agrume pregiato (varietà "Femminello") raccolto esclusivamente a mano.

Il nuovo **Limoncello Premium di Stock** si rivolge al mondo dell'On Trade con l'obiettivo di rivoluzionare il sapore del dopo pasto e conquistare un nuovo segmento di mercato per il mondo Horeca Italiano.

www.stock-spa.it



Dolci novità gluten free

Ultime novità in casa **Dr. Schär Foodservice**: sono arrivate Crostatina Nocciola e Crostatina Albicocca Schär, le merendine senza glutine perfette per prima colazione, snack e merenda. Il dolce della tradizione italiana è presente da oggi anche nei bar, hotel, mense e nel canale travel che potranno così arricchire la propria offerta gluten free con un immancabile e goloso "classico" della pasticceria italiana, amato da grandi e piccini. Crostatina Albicocca, con il 25% di confettura di albicocca, e Crostatina Nocciola, con il 21% di farcitura alle nocciole e al cacao, sono senza olio di palma e conservanti e vengono vendute in un comodo multipack composto da quattro merendine monoporzione da 38 grammi ciascuna. La ristorazione fuori casa rappresenta ormai dal 2009 un mercato di primaria importanza per Dr. Schär, da oltre 35 anni leader europeo del senza glutine, che ha deciso di istituire la divisione Dr. Schär Foodservice proprio per rispondere alle esigenze dell'Horeca.

www.drschaer-foodservice.com



Da Pizzoli, lo specialista italiano delle patate, tante gustose novità

Menu più ricchi e originali grazie alle grandi novità firmate **Pizzoli Professional**: le nuove Steakhouse Extra e ben tre nuovi croccanti tagli con buccia.

Grazie al loro speciale rivestimento, le nuove Steakhouse Extra garantiscono croccantezza e calore più a lungo. Veloci da preparare e con un minor assorbimento d'olio, sono il perfetto alleato del ristoratore. Una nuova referenza in un restyling che ne esalta tutto il valore di premiumness.

Le nuove Patatine con buccia sono un contorno sfizioso, originale e facile da preparare sia in friggitrice che in forno. Grazie alla buccia che ne esalta il gusto e alle tre differenti tipologie di taglio: fette, spicchi e barchette, ispirano tantissimi menù così sorprendenti da lasciare i clienti a bocca aperta. Pizzoli mette a disposizione dei professionisti della ristorazione l'esperienza di un'azienda che dal 1926 crea prodotti straordinari.

www.pizzoli.it



ALIMENTI SENZA GLUTINE

DrSchär
Foodservice

Dr. Schär S.p.A.

Winkelau 9 - 39014 Burgstall (BZ) Italia
Tel. +39 0473 293 300
Fax +39 0473 293 399
foodservice.it@drschaer.com - www.drschaer-foodservice.com

ARREDAMENTO E PROGETTAZIONE



Augusto S.r.l. - CENTRO DIREZIONALE ZIPA

Viale dell'Industria, 5 - 60035 Jesi (AN)
Tel. +39 0731 288021 - Fax +39 0731 288024
info@augustocontract.com
www.augustocontract.com



Costa Group

Via Valgraveglia Z.A.I.
19020 Riccò del Golfo (SP)
Tel. +39 0187 769309 - Fax +39 0187 769308
info@costagroup.net - www.costagroup.net



IdeaFood

Via Vallona 66 - 33170 Pordenone - Italia
Tel. Sonia Pistello +39 392 7189250
Tel. Valentino Redivo +39 340 5673553
info@showfoodsystem.com
www.showfoodsystem.it



IFI S.p.A.

Strada Selva Grossa 28/30
61010 Tavullia (PU)
Tel. +39 0721 20021 - Fax +39 0721 201773
www.ifi.it - info@ifi.it - export@ifi.it



Spazio Futuro

Via Carlo Bazzi, 49 - 20141 Milano
Tel. +39 02 89540444/6050
Fax +39 02 8435450 - www.spaziofuturo.it

tecnoarredamenti
international

Tecnoarredamenti

Via Cimon de' Furlani, 1
33081 Aviano - Pordenone - Italia
Tel. +39 0434 676511 - Fax +39 0434 651069
info@tecnoarredamenti.com - www.tecnoarredamenti.com

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

AIGRIM

Associazione Imprese
Grande Ristorazione
Multilocalizzate

AIGRIM

Piazza Belli, 2 - 20153 Roma
Tel. +39 06583921 - Fax +39 065818682
www.aigrim.it - segreteria@aigrim.it



Angem

Via Barozzi, 7 - 20122 Milano
Tel. +39 02 76281537 - Fax +39 02 76280761
info@angem.it - www.angem.it



ANSEB

Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921 - Fax +39 06 5818682
info@anseb.com - www.anseb.it



CNCC

Via Orefici, 2 - 20123 Milano
Tel. +39 02 83412120 - Fax +39 02 83412129
info@cncc.it - www.cncc.it



Efcem Italia

Via Matteo Bandello, 5 - 20123 Milano
Tel. +39 02 43518826
efcemitalia@efcemitalia.it



FIPE

Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921 - Fax +39 06 5818682
info@fipe.it - www.fipe.it

AUTOMAZIONE BEVANDE E ALIMENTI



DISTRIBUZIONE AUTOMATIZZATA
- BEVANDE PASTO
- BEVANDE COLAZIONE
- ALIMENTI SETTORE SANITARIO

General Beverage S.r.l.

Zona Industriale P.I.P. Loc. Novoleto - 54027 Pontremoli (MS)
Tel. +39 0187 832305 - Fax +39 0187 461368
info@iobevo.com - www.iobevo.com

AZIENDE DI RISTOR. COLLETTIVA



BioRistoro Italia S.r.l.

Via Benedetto Stay, 49 - 00143 Roma
Tel. +39 06 5030933 - Fax +39 06 51530272
posta@bioristoroitalia.it - www.bioristoroitalia.it



Camst

Via Tosarelli, 318 - 40055 Villanova di Castenaso (BO)
Tel. +39 051 6017411
Fax +39 051 6053502
www.camst.it



CIRFOOD

Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
www.cirfood.com



Compass Group Italia S.p.A.

Via Scarsellini, 14 - 20161 Milano (MI)
Tel. +39 02 480531 - Fax +39 02 48053322
www.compass-group.it



Dussmann Service S.r.l.

Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518
Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it



Elior Ristorazione S.p.A.

Via privata Venezia Giulia, 5/A - 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@elior.com
www.elior.it

Gemeaz

— elior —

Gemeaz Elior S.p.A.

Via privata Venezia Giulia, 5/A - 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@gemeaz.it
www.gemeaz.it



I.F.M. Industrial Food Mense S.p.A.

Centro Direzionale Napoli - isola F4
Via G. Ponzio - 80143 Napoli - Italia
Tel. +39 081 7341271
Fax +39 081 7347004
ifm@ifmspa.com
www.ifmspa.com



Ladisa S.p.A.

Via Guglielmo Lindemann, 5/3 - 5/4 - 70132 Bari - Zona Asi
Tel. +39 080 8682111
Fax +39 080 5313357
info@ladisaristorazione.it
www.ladisaristorazione.it



Markas S.r.l.

Via Macello, 73 - 39100 Bolzano
Tel. +39 0471 307611
Fax +39 0471 307699
info@markas.it - www.markas.it



Pellegrini S.p.A.

Via Lorenteggio, 255 - 20152 Milano
Tel. +39 02 89130.1 - Fax +39 02 89125922
www.gruppopelegrini.it



Serenissima Ristorazione s.p.A.

Via della Scienza, 26/A - 36100 Vicenza
Tel. +39 0444 348400 - Fax +39 0444 348384
ufficioclienti@grupposerenissima.it - www.grupposerenissima.it



Sodexo Italia S.p.A.

Via Fratelli Gracchi, 36 - 20092 Cinisello Balsamo - Milano
Tel. 02 69684.1 - Fax 02 6887169
www.sodexo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COMMERCIALE IN CONCESSIONE



Autogrill S.p.A.

Centro Direzionale Milanofiori
Strada 5, Palazzo Z - 20089 Rozzano (MI)
Tel. +39 02 48263250
www.autogrill.com



ON-BOARD
AUTOSTRADALE

Burger King Italia S.r.l.

Piazza S. Anastasia, 7 - 00186 Roma
Tel. +39 06 96701270 - Fax +39 06 3223394
franchising@burgerking.it www.burgerking.it



Chef Express S.p.A.

Sede Legale e Amministrativa:
Via Modena, 53 - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754711 - Fax +39 059 754700

Sede di Roma:
Via Giolitti, 50 - 00185 Roma
Tel. +39 06 477851 - 059 754711 - Fax +39 06 4814429 - 059 754700
info@chefexpress.it



CIRFOOD

Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011 - Fax +39 0522 530100
www.cirfood.com - drc@cirfood.com



MyChef - RISTORAZIONE COMMERCIALE S.p.A.

Centro Uffici San Siro
Via Caldera, 21 - Edificio E - Ala 2 - 20153 - Milano
Tel. +39 02 3909951 - Fax +39 02 3552234
www.it.areas.com - info.italia@areas.com



Roadhouse Grill Italia S.r.l.

Via Modena, 53 - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754811 - Fax +39 059 754493
info@roadhousegrill.it



Sirio S.p.A.

Via Filippo Re, 43-45 - 48124 Fornace Zarattini (RA)
Tel. +39 0544 502414 - Fax. +39 0544 502488
info@siriobar.it - www.siriobar.it

BUONI PASTO



BluBe

Largo Donegani, 2 - 20121 Milano
Tel. +39 02 3454191 - Fax +39 02 34541955
www.blube.it



Ticket Gemeaz - MARCHIO DI PIÙ BUONO S.r.l.

Piazza della Repubblica, 32 - 20124 Milano
Tel. 02 6694579 - Fax 02 66719545
info@ticketgemeaz.it - www.ticketgemeaz.it



Ticket Restaurant, Edenred Italia S.r.l.

Via Giovanni Battista Pirelli - 18 - 20124 Milano
Tel. +39 02 269041
www.ticketrestaurant.it

CARNI DI PREGIO



Eat Meat srl

Via A.Moro, 6/a/b/c - 41051 Castelnuovo R. (MO)
Tel. +39 059 535000 - Fax +39 059 5331291
www.eatmeat.it - info@eatmeat.it

CARRELLI TERMICI



Rational Production srl

Via L. Galvani, 7/H - 24061 Albano S. Alessandro (BG)
Tel. +39 035 4521203 - Fax +39 035 4521983
www.rationalproduction.com
info@rationalproduction.com

CENTRALI D'ACQUISTO



Dac S.p.A.

Via G. Marconi, 15 - 25020 Flero (BS)
Tel. +39 030 2568211 - Fax +39 030 2568340
www.gruppodac.eu - info@gruppodac.eu



Marr S.p.A.

Via Spagna, 20 - 47900 Rimini
Tel. +39 0541 746111 - Fax +39 0541 742422
www.marr.it



METRO Italia Cash and Carry S.p.A.

Via XXV Aprile, 25 - 20097 San Donato Milanese (MI)
Tel. dall'Italia: 800.800.808 - Tel. dall'estero: +39 091 9885422
servizio.clienti@metro.it - www.metro.it



Rossi Giants S.r.l.

Sede legale ed amministrativa:
Via S. Antonio, 37/39 - 36030 Costabissara (VI)

Sede operativa e deposito:
Via Lago d'Iseo, 22 - 36077 Tavernelle di Altavilla Vicentina
Tel. +39 0444 573025 - Fax +39 0444 371552
info@rossicatering.it

CONSULENZE



CONSULENZE QUALITÀ SOSTENIBILITÀ RISTORAZIONE

Cautha Solutions sas di Cappellina Luisa & C

Via Tolmezzo, 12/2 - 20132 Milano
Tel. +39 02 92884938
Fax +39 02 92884937
info@cautha.net - www.cautha.net



Mastergroup s.r.l.

Viale G. Carducci, 27 - 31015 Conegliano TV
Tel. +39 043835157
Fax +39 0438420468
www.mgnet.it - info@mgnet.it



Progetta sc

Via Lodovico il Moro, 159 - 20142 Milano
Tel. +39 02 89122357
Fax +39 02 89122247
progetta@progetta.mi.it
www.progetta.mi.it



SLM Business Consultancy

Via IV Novembre, 10 - 33013 Gemona del Friuli (UD)
Tel. +39 0432 1698160
Fax +39 0432 1698161
s.madile@slmbconsult.com
www.slmbconsult.com/it/



PROGETTAZIONE, STUDI DI FATTIBILITÀ, DIREZIONE LAVORI,
COLLAUDI, VERIFICHE TECNICHE PER ENTI PUBBLICI E PRIVATI.

Studio Montanari & Partners S.r.l.

Via Lusardi, 10 - 20122 Milano
Tel. +39 02.58317320
Fax +39 02.58313397
studio@smp.mi.it
www.smp.mi.it

CUCINE PROFESSIONALI



Ali Group S.p.A.

Via Gobetti 2a - Villa Fiorita - 20063 Cernusco sul Nav. (MI)
Tel. +39 02 921991
Fax +39 02 92142490
info@aligroup.it
www.aligroup.it



A Marmon/Berkshire Hathaway Company

Angelo Po Grandi Cucine S.p.A.

s/s Romana Sud, 90
41012 Carpi (MO)
Tel. +39 059 639411
Fax +39 059 642499
www.angelopo.it



Berto's S.p.A.

Viale Spagna, 12
35020 Tribano (PD)
Tel. +39 049 9588700
Fax +39 049 9588799
bertos@bertos.com - www.bertos.com



Electrolux Professional S.p.A.

V.le Treviso, 15
33170 Pordenone
Tel. +39 0434 380854
Fax +39 0434 385854
www.electrolux-professional.com



Irinnox S.p.A.

Via Madonna di Loreto, 6/B
31020 Corbanese di Tarzo (TV)
Tel. +39 0438 5844
Fax +39 0438 5843
irinnox@irinnox.com
www.irinnox.com



Lotus S.p.A. Food Catering Equipment

Via Calmaor, 46
31020 San Vendemiano (TV)
Tel. +39 0438 778020
Fax +39 0438 778277
lotus@lotuscookers.it
www.lotuscookers.it - LOTUS APP per iPhone e Android: Lotus S.p.A.

DETERGENZA E DISINFEZIONE



Diversey Srl

Via Trento, 7
20017 Passirana di Rho (MI)
Tel. +39 02 25801
info.italy@sealedair.com
www.sealedair.com

FOOD & BEVERAGE



Barilla FoodService Soluzioni ristorative

Via Mantova, 166
43122 Parma
Numero verde 800388288
www.barillafoodservice.it



Bonduelle Italia S.r.l. - DIVISIONE FOOD SERVICE

Via Trento
24060 San Paolo d'Argon (BG)
Tel. +39 035 4252411
Fax +39 035 952880
foodservice@bonduelle.com
www.bonduelle-foodservice.it



Conor srl

Via delle viti 5
40127 Bologna
Tel. +39 051 9941111
Fax +39 051 19936796
info@conorsrl.it
www.conorsrl.it



Cupiello

Riviera di Chiaia, 215
80100 Napoli - Italy
Tel. +39 081400816
Fax +39 081419059
gestioneclienti@fresystem.com
www.cupiello.com



INALCA S.p.A.

Via Spilamberto, 30/c
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 755111
Fax +39 059 755517
info@inalca.it



OROGEL S.p.A.

Via Dismano, 2600
47522 Cesena (FC)
Tel. +39 0547 3771
Fax 0547 377016
www.oringel.it
info@oringel.it



PRODUTTRICE DI PASTA FRESCA SURGELATA, SUGHI SURGELATI E PIATTI PRONTI SURGELATI

Surgital S.p.A.

Via Bastia, 16/1
48017 Lavezzola (RA)
Tel. +39 0545 80328
Fax +39 0545 80121
surgital@surgital.it
www.surgital.com

FORNI



LAINOX Ali Group S.r.l.

Via Schiaparelli, 15 Z.I.S. Giacomo di Veglia
31029 Vittorio Veneto (TV) Italy
Tel. +39 0438 9110
Fax +39 0438 912300
lainox@lainox.it
www.lainox.it



Rational Italia S.r.l.

Via Impastato, 22
30174 Mestre (VE)
Tel. +39 041 8629050
Fax +39 041 5951845
info@rational-online.it
www.rational-online.com

FORNITURE PER RISTORAZIONE



Five Services

Via G. Amendola, 5
20037 Paderno Dugnano (MI)
Tel. +39 02 91476767
info@fiveservices.com
www.fiveservices.com



S.D.S. Società di Distribuzione & Servizi S.r.l.

Via Campo dei Fiori, 13 - 20014 Vittuone (MI)
Tel. +39 02 37074200 - Fax +39 02 37074208
sds@grupposds.it - www.grupposds.it

GESTIONE INTEGRATA RIFIUTI



Adriatica Oli Srl

C.da Cavallino 39
62010 Montecosaro (MC)
Tel. +39 0733 229080
Fax +39 0733 229093
segreteria@adriaticaoil.com
www.adriaticaoil.com

LAVAGGIO STOVIGLIE E PENTOLE



Comenda Ali Group Srl

Via Galileo Galilei, 8
20060 Cassina de' Pecchi (MI)
Tel. +39 02 95228.1
Fax +39 02 9521510
www.comenda.eu



Meiko Italia S.r.l.

Via Emilio Gallo 27 - Z.I. Chind
10034 Chivasso (TO)
Tel. +39 011 91902 r.a.
Fax +39 011 9196215
info@meikoitalia.it
www.meiko.it

LOGISTICA



Sotral S.r.l.

Corso Francia, 225 - 10139 Torino
Tel. +39 011 728822
Fax +39 011 729090
commerciale@sotral.it
info@sotral.it
www.sotral.it

SERVIZI INTEGRATI



Dussmann Service S.r.l.

Via Papa Giovanni XXIII, - 4 scala A - 24042 - Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

SOFTWARE



Axios Informatica S.r.l.

Via Bach, 7 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
Tel. +39 0424 227546 - Fax +39 0424 586284
comunita@axios.it - www.axiosinformatica.it



Gamba Bruno S.p.A.

Via Gambirasio, 12 - 24126 Bergamo (BG)
Tel. +39 035 274011 - Fax +39 035 221441
info@gambabruno.it - www.gambabruno.it



Guttadauro Computers & Software S.r.l.

Via F.lli Bandiera, 4 - 21012 Cassano Magnago (VA)
Tel. +39 0331 729511
Fax +39 0331 280834
Numero verde: 800 009346
info@guttadauro.it - www.guttadauro.it



Mytec S.r.l.

SEDE OPERATIVA
Via Caravaggio 28/A
20832 Desio (MB) Italy
Tel. +39 0399466362
info@mytec.com - www.mytec.com



Serenissima Informatica SpA

Via Croce Rossa, 5
35129 Padova (PD)
Tel. +39 049 829 1111
Fax +39 049 829 1209
info@serinf.it
www.serinf.it

Guida alle buone tavole della tradizione 2019

AAW

Vallardi Editore

€ 13,90



"Sono tutti primi al traguardo del nostro cuore": così Orio Vergani, fondatore dell'Accademia Italiana della Cucina, rispondeva quando gli veniva chiesto chi preferisse tra Coppi e Bartali, dei quali raccontava l'epopea sul *Corriere della Sera*. Questo principio trova applicazione anche nell'edizione 2019 della Guida alle Buone Tavole della Tradizione edita da Vallardi, casa editrice con oltre 250 anni di storia: nessun voto sulla scorta delle mode imperanti ma solo "valorizzare quei ristoranti che consiglieremmo al nostro amico che viene a visitare la nostra città", come ha detto Paolo Petron, presidente dell'Accademia milanese. Per la prima volta disponibile anche in libreria, la guida recensisce 878 locali (765 in Italia e 113 oltreconfine) che offrono una cucina rispettosa dei valori della tradizione locale, con qualche guizzo di fantasia innovativa.

Mangiarsi le parole

Di Antonella Pugliese

EIFIS Editore

€ 29,00

Mangiarsi le parole raccoglie 101 ricette di scrittori italiani del Novecento (due i Nobel, Grazia Deledda e Giuseppe Ungaretti); la più antica risale al 1926 (il Balsamo di Ciprigna si legge nel curioso manuale culinario afrodisiaco per gli adulti dei due sessi di Omero Rompini) e la più recente è del 2017, firmata da Stefania Giannotti. Le ricette sono organizzate in due serie, Menu alla carta e Menu a tema. La prima le propone suddivise per portate in ordine alfabetico, dall'aperitivo ai dolci, passando per sughi, salse e farciture. Perché il volume non è solo un'antologia letteraria di testi rari e spesso sconosciuti ma anche un menu e un ricettario, e infatti questi sono tutti piatti che si possono cucinare. Ognuna delle sette sezioni è introdotta da un inedito di argomento culinario - racconto, ricordo, divagazione - firmato da uno scrittore contemporaneo.



Ristorando
È sfogliabile anche online!
www.ristorando.eu

Il Gruppo Elios, un mondo di attenzioni



Dietro ciascuno dei circa 600.000 pasti che offriamo quotidianamente ci sono i professionisti della Ristorazione Collettiva. Squadre di lavoro preparate per servire, con efficienza e puntualità, un grande numero di persone eterogenee. Controlli continui sulla qualità delle materie prime e dei cibi. Iniziative ed eventi per promuovere la cultura del benessere. Rispetto per l'ambiente e valorizzazione delle risorse locali.

Per questo il Gruppo Elios è leader in Italia nella Ristorazione Collettiva.

www.elior.it

elior  **Gemeaz**
— elior —



da oltre **45** anni
MARR

serve oltre 45.000 operatori della ristorazione commerciale - ristoranti, alberghi, villaggi turistici - e collettiva - mense, scuole, ospedali - con un assortimento di oltre 10.000 prodotti alimentari, attraverso una rete distributiva diffusa sull'intero territorio nazionale.
MARR ha realizzato nel 2017, ricavi consolidati per oltre 1,6 miliardi Euro.
MARR è una ricetta difficile da imitare: è un successo di cui siamo orgogliosi.

MARR
 DOVE C'È RISTORAZIONE

MARR SpA via Spagna 20 - 47921 Rimini
 tel. +39 0541746111 - marr@marr.it - www.marr.it


 GRUPPO CREMONINI